



La adaptación de la formación reglada y continua a la Comunicación

Adaptation of official education and continuing professional development in the field of Communication

Hipólito Vivar-Zurita [[CV](#)] [] [] Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid (UCM) / hvivar@ccinf.ucm.es

Alberto García-García [[CV](#)] [] [] Profesor Contratado Doctor de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid (UCM) / algarci@ccinf.ucm.es

Resumen: Uno de los aspectos menos estudiados de la formación de comunicadores es la complementariedad de los estudios oficiales, universitarios y profesionales, con la formación privada, continua, desarrollada por las empresas. Simultáneamente, los trabajadores de la Comunicación ven como se incrementan sus funciones y consecuentemente su responsabilidad sin la formación adecuada. Estas carencias, fruto de la inadecuación de la oferta pedagógica tradicional al nuevo escenario laboral, hace que las empresas tengan que gestionar, no siempre correctamente, cambios en el sistema productivo y en la clasificación profesional. A través de la metodología del estudio del caso hemos obtenido unos resultados que nos han hecho establecer una serie de propuestas, a modo de conclusión, que afronte estas nuevas tipologías laborales que implican profundas transformaciones de las funciones y tareas desarrolladas en nuestro campo de estudio, investigación y trabajo.

Palabras clave: Formación; perfiles profesionales; investigación; Universidad; empresa.

Abstract: One of the least studied aspects of the education of communicators is the complementarity between the official vocational and university studies and the private, continuous training developed in the commercial sector. Simultaneously, the functions and responsibilities of communication professionals increase without the adequate training. These shortcomings, which are the result of the inadequacy of the educational programmes of the traditional education system to the new labour market, has forced companies to respond, not always correctly, to the changes in the productive system and the classification of job positions. By way of conclusion and based on the results of a case study, this article offers a set of proposals to face the new occupational typologies that reflect profound transformations in the functions and tasks developed in the field of communication studies, research and work.

Keywords: Education; professional profiles; research; university; commercial sector.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Hipótesis. 4. Resultados y discusión. 4.1. Certificación y acreditación de las competencias profesionales 4.2. La formación para la televisión del futuro. 4.3. Reciclaje de labores tradicionales hacia la digitalización del medio. 4.4. Cambios radicales en los perfiles profesionales existentes. 4.5. Aparición de nuevos perfiles no definidos de forma universal. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía. 7. Anexos.

Summary: 1. Introduction. 2. Method. 3. Hypothesis. 4. Results. 4.1. Certification and accreditation of professional competences. 4.2. Training for the television of the future. 4.3. Recycling of traditional occupations in light of the digitisation of the media. 4.4. Radical changes to the existing professional profiles. 4.5. Emergence of new, not yet universally defined profiles. 5. Conclusions. 6. Bibliography. 7. Annexes.

Traducción de **Cruz-Alberto Martínez-Arcos, M.A.** (Universidad de Londres)

1. Introducción

Los estudios de Comunicación siempre han tenido dos vertientes, tal y como indica Martínez-Nicolás (2009) “de una parte, aquellos licenciados y doctores que desde un primer momento optan por hacer carrera académica; y, de otra, aquéllos, la mayoría, que proceden del mundo profesional y que son atraídos a la vida universitaria en aquel proceso de reclutamiento destinado a satisfacer el crecimiento de la oferta/demanda de estudios de Comunicación desde mediados de los ochenta”. En la investigación que presentamos nos hemos decantado por la necesidad de coordinar esfuerzos en la vertiente profesional para adaptar la formación universitaria a las necesidades empresariales.

Así, en la mayor parte del sector audiovisual, tanto privado como público, se encuentran elementos objetivos que permitan asentar una carrera profesional. Cuando se profundiza en los criterios de promoción y de ascenso, se descubre que prácticamente no los hay o existen de una manera tan ambigua que se da todo el poder de decisión a la empresa. Frente a esta situación, que se traduce en percepciones de discrecionalidad y desmotivación, es necesario que haya elementos objetivables de promoción, que sean conocidos y consensuados por ambas partes, sin los cuales no hay posibilidad de hablar de una carrera profesional real.

Los constantes cambios y transformación en las que se ven envueltos los grupos audiovisuales, han llevado a adaptar las tradicionales estructuras rígidas a sistemas avanzados y flexibles que le permitan afrontar los retos actuales en el campo de los

recursos humanos. Todo ello ha obligado a los responsables de las organizaciones a establecer sistemas y procesos adecuados a las estructuras que han traído consigo los nuevos modelos de negocio en el sector televisivo, y las emergentes dinámicas audiovisuales en general (García, 2007).

Sin embargo, y para preservar las potencialidades de la promoción y desarrollo y la formación profesional (ver [anexo1](#)), objetivos específicos de este artículo, nos sentimos obligados a prevenir sobre las dificultades y perjuicios que podría acarrear una mala aplicación del cambio de clasificación profesional, del que hay ya abundantes ejemplos en el sector. De esta experiencia se sigue que las nuevas tipologías profesionales deben realizarse sobre la base de un amplio consenso, de forma voluntaria y convencida y con un período de transición razonable.

Además, se debe evitar a toda costa la percepción en los empleados de que ese cambio puede implicar recortes en las categorías profesionales y en las correspondientes remuneraciones salariales preexistentes, o un aplazamiento incomprendido en las expectativas razonables de promoción profesional anteriores. En definitiva, ningún sistema de motivación hacia la creatividad y la innovación puede resultar efectivo, por bueno que sea, si se asienta sobre un clima de frustración y de rechazo a los cambios.

De forma más directa aún, debería tenerse en cuenta que los medios audiovisuales en el siglo XXI se han visto afectados por grandes cambios que han llegado de la mano de la digitalización. En televisión, la digitalización afecta a todas las fases del proceso de comunicación, desde la creación hasta la posproducción y la difusión, con consecuencias señaladas en cada uno de estos escalones según se contrasta en el informe de Fundación Telefónica “Periodismo en la era de Internet” (VV.AA, 2008). Como efecto de todo ello, se han producido y se seguirán produciendo cambios profundos: en los procesos de producción televisiva, especialmente en la producción y gestión de contenidos; en los modos y maneras de comunicar en estos medios, a la par que lo hacen los perfiles profesionales; en los contenidos programáticos; y en el papel del oyente o espectador.

De una parte, estas transformaciones tecnológicas han simplificado los procesos de trabajo, pero también han estrechado y complicado las relaciones entre creatividad y tecnología. De otro lado, se ha producido una rápida obsolescencia de perfiles profesionales, con aparición de nuevas competencias, a veces esenciales ante los nuevos dispositivos tecnológicos.

Estos extremos aconsejan no ir a tipologías profesionales demasiado cerradas y estáticas, que frenarían la adaptabilidad de los procesos internos mediante inercias burocráticas excesivas. De ahí, la imperiosa necesidad de combinar la clasificación

profesional con principios de versatilidad, de polivalencia y multifuncionalidad que atraviesen toda la organización productiva (García-Avilés, 2006). Estos criterios deberían tener un cauce importante de aplicación a través de la formación profesional permanente, pero también de la promoción y desarrollo de cada departamento, de cada sistema de producción y empleado.

Por estas razones, y por las anteriormente alegadas sobre la importancia de la creatividad permanente y motivada en la organización del trabajo televisivo, creemos que la Promoción y Desarrollo (P+D) se convierte en la clave de bóveda de los recursos humanos.

2. Metodología

La metodología empleada es el estudio del caso, ya que se puede considerar como la metodología más útil en la investigación que nos hemos propuesto realizar. Nuestra intención es descubrir y explorar las nuevas necesidades formativas en el campo de la comunicación aplicándolo a las categorías laborales definidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales que es la referencia sobre las que empresas definen los términos de contratación.

Hemos utilizado la técnica de recogida y análisis de datos porque queremos centrar, de manera objetiva, el caso de estudio e interpretar los datos para llegar a conclusiones factibles y aplicables tal y como propone Yin (1994).

3. Hipótesis

La perspectiva futura está definida, las carencias formativas de nuestros licenciados, fruto de la inadecuada oferta reglada tradicional respecto al sector industrial donde tienen que ejercer sus funciones, invita a otros profesionales no cualificados al desempeño de una actividad laboral que les es ajena y que contribuye, en gran medida, a devaluar al profesional de la Comunicación

En consecuencia, es urgente que el sistema formativo afronte estas nuevas tipologías laborales que implican profundas transformaciones de las funciones y tareas desarrolladas en nuestro campo de estudio, investigación y trabajo. Adicionalmente es aconsejable desarrollar amplios marcos de colaboración entre el sector profesional y formativo si queremos adaptarnos al continuo proceso de mutación de los perfiles profesionales relacionados con la Sociedad de la Información.

4. Resultados y conclusiones

4.1. Certificación y acreditación de las competencias profesionales

Para las empresas la certificación es una forma de valorar las competencias de los trabajadores lo que permite el establecimiento de estrategias de formación ajustadas a las necesidades, individuales y corporativas. ¿Cómo adquiere el trabajador las competencias necesarias para hacer frente a las transformaciones del mundo del trabajo? Uno de los procedimientos es la certificación de dichas competencias; el conjunto de procedimientos para reconocer, evaluar y acreditar las competencias profesionales adquiridas mediante experiencia profesional o cualquier otro tipo de aprendizaje no formal

En los últimos años, varios son los factores que justifican la certificación profesional como uno de los temas centrales del debate en el ámbito de la formación y el trabajo. La evaluación y acreditación debe de estar apoyada por la empresa, reconociendo las competencias de los trabajadores de una manera objetiva y formal, independientemente de cómo y dónde se hayan adquirido.

| | | |
|----------|--|---------------------------------|
| IMS074_3 | Asistencia a la producción en televisión | Real Decreto 295/2004-1200/2007 |
| IMS075_3 | Luminotecnia para el espectáculo en vivo | Real Decreto 295/2004-1200/2007 |
| IMS076_3 | Animación 2D y 3D | Real Decreto 295/2004 |
| IMS077_3 | Asistencia a la realización en televisión | Real Decreto 295/2004 |
| IMS220_3 | Asistencia a la dirección cinematográfica y de obras audiovisuales | Real Decreto 1228/2006 |
| IMS221_3 | Asistencia a la producción cinematográfica y obras audiovisuales | Real Decreto 1228/2006 |
| IMS294_3 | Cámara de cine, vídeo y televisión | Real Decreto 1200/2007 |
| IMS295_3 | Desarrollo de productos audiovisuales multimedia interactivos | Real Decreto 1200/2007 |
| IMS296_3 | Montaje y postproducción de audiovisuales | Real Decreto 1200/2007 |

Tabla 1: Familia Profesional Imagen y Sonido. Nivel 3.
Fuente: Elaboración propia sobre datos del INCUAL

El reconocimiento profesional debe facilitar la movilidad laboral, garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso y mantenimiento del empleo, sea cual sea la

empresa donde en el que se desarrolle el trabajo. La acreditación de las competencias profesionales se desarrollaría siguiendo criterios que garanticen la fiabilidad, objetividad y rigor técnico de la evaluación. El Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales serviría de referencia objetiva en este procedimiento.

Uno de los principales problemas que aparece en el estudio de la certificación es la determinación del modelo de evaluación que permita certificar las competencias, asumiendo que la certificación será el resultado final (decisión sumativa) de un proceso de evaluación continua de la construcción de las cualificaciones mediante los procesos de formación fuera o dentro del contexto de trabajo.

Este modelo de evaluación para la certificación debería delimitar muy bien el objeto de evaluación, los instrumentos, los agentes, la metodología, y los criterios evaluativos.

Si las competencias profesionales evaluadas al trabajador, no alcanzan a completar las cualificaciones recogidas en algún título de formación profesional o certificado de profesionalidad, se le realiza una acreditación parcial acumulable, según una visión profesional de las acreditaciones (Muñoz:2008). De este modo, si así lo desea, el trabajador podrá completar su formación para la obtención del correspondiente título o certificado.

4.2. La formación para la televisión del futuro

El estado del arte y la convergencia de la tecnología actual permiten la posibilidad de recepción en el televisor, a través de la transmisión de satélite de cable o terrestre, de cientos de canales de televisión. Este mismo canal, que soporta la señal de televisión, se puede utilizar para insertar, acompañándola de servicios de valor añadido, y disponer de interactividad mediante el mando remoto del televisor e interactuar con los servicios electrónicos que ofrecen la banca electrónica, la telecompra o la reserva de servicios por ejemplo. Con la misma infraestructura de red se pueden compartir otros servicios como la telefonía y el acceso a Internet a alta velocidad.

Las perspectivas de futuro son espectaculares, sobre todo, en lo que se refiere a Internet y su interactividad con el usuario. Son numerosos, todavía en baja calidad, la difusión de canales de televisión a través de la malla mundial. Puede haber tantos canales de televisión como páginas Web existentes. Dentro de no muchos años, la televisión por Internet será totalmente viable con la única limitación del número máximo de accesos simultáneos a una determinada página que contenga un canal de televisión.

La integración de la televisión e Internet permitirá imbricarlas compartiendo la misma pantalla de recepción y la misma herramienta de navegación. Y por último, la

tecnología 3G, también posibilita la recepción de imágenes de vídeo en la pantalla de un dispositivo móvil con acceso telefónico celular y por tanto la recepción móvil universal de la televisión.

La apertura, casi ilimitada, de las vías de acceso de canales de televisión a los usuarios, tal y como se presenta la situación actual y el futuro próximo, trastoca el mercado y el negocio televisivo de una forma definitiva. Se ha pasado de una difusión de pocos canales generalistas analógicos a la difusión de un mayor número de canales temáticos digitales. La nueva situación obliga a concentrar más los temas y segmentar más la audiencia para poder ofrecer más canales diferentes a una audiencia interesada cada vez más reducida. Se producirá un cruce entre canales verticales (temas) y horizontales (audiencias comunes) en los que los contenidos tienen que ser muchos, variados y utilizables.

La tecnología digital e Internet van a posibilitar la difusión barata de estos canales. Será preciso tener contenidos suficientes, disponer de fuentes diversas y, sobre todo, guardarlos bien, saber donde están o en dónde se pueden obtener, saber cuál es su valor y cómo disponer de ellos a modo de activos audiovisuales para usarlos, venderlos o reutilizarlos. En resumen, el gran reto actual de las organizaciones audiovisuales y multimedia es la capacidad para reutilizar los contenidos que producen o sobre los que poseen derechos de difusión.

La multiplicidad de canales de televisión y de radio, que ya se cuentan por centenares y la masiva creación de páginas de Internet, que crecen por millones diariamente, hacen que los ingresos por difusión se compartan por muchos emisores y los costes de producción de contenidos tienen que ser baratos o muy baratos necesariamente. La única solución es archivar y recuperar de forma eficaz los contenidos, para reutilizarlos con otros enfoques, adaptándolos a cada soporte concreto y poder comercializar una y cuantas veces sea necesario.

En las áreas más ligadas a la tecnología, la aparición de nuevas herramientas digitales, informáticas y robotizadas en casi todos los ámbitos y prácticamente en todas las categorías profesionales, concentran las necesidades de formación. En el sector audiovisual, se observan tres tendencias fundamentales respecto a la formación:

- Reciclaje de labores tradicionales hacia la digitalización del medio.
- Cambios radicales en los perfiles profesionales existentes, y
- Aparición de nuevos perfiles que todavía no han sido definidos de forma universal.

4.3. Reciclaje de labores tradicionales hacia la digitalización del medio.

- En el campo de la producción, realización y dirección: Las necesidades se articulan sobre todo en los ámbitos de la realización, de diferentes tipos de programas, las nuevas tecnologías de la imagen y la postproducción, y los contenidos interactivos multiplataforma.
- Los técnicos de cámara, sonido e iluminación: Tienen sus principales necesidades de formación en los nuevos formatos audiovisuales (HD, Sonido multicanal, o efectos especiales de iluminación para diversos medios).
- En el ámbito de la edición y el montaje: Es básica la continua puesta al día en la edición no lineal, el almacenamiento digital, y los programas de efectos 2D y 3D.
- Los técnicos de grafismo y postproducción: Cursos de infografía, modelado y animación, sin olvidar las aplicaciones interactivas y los decorados virtuales.
- Para los trabajadores relacionados con la concepción de ideas, adaptación de textos y periodistas en general: Las materias básicas como escribir un guión y su estructura, el lenguaje audiovisual, la producción interactiva y multiplataforma o el uso de Internet aplicado a los contenidos televisivos no han perdido su vigencia.

4.4. Cambios radicales en los perfiles profesionales existentes

En estos momentos existen en el mercado, las siguientes tareas en la producción y gestión de contenidos audiovisuales y multimedia, aunque lógicamente serán depuradas en los próximos años, ya que requieren una preparación específica:

- Preparación y producción digital de contenidos (audio, vídeo, fotos y textos) con compresión variable en función de los requerimientos de cualquier soporte multimedia.
- Montaje y edición digital en formatos comprimidos de audio, vídeo, fotos y textos, por separado o conjuntamente. Se incluye en este punto la captación y elaboración digital de la información con cámaras y editores portátiles para envío inmediato de los productos acabados.
- Envío de los productos multimedia terminados a través de las redes de telecomunicación (terrestre y de satélite).
- Identificación y catalogación de los contenidos de audio, vídeo, fotos o texto, brutos según se han captado, o finales si se han editado. Las informaciones de catalogación, organizadas en campos descriptores, se almacenan en bases de datos.

- Codificación en baja resolución de las señales de vídeo para que ocupen poco espacio de almacenamiento y su registro en sistemas de discos duros de baja capacidad.
- Codificación de los contenidos vídeo en alta resolución, calidad *broadcast*, y almacenamiento en servidores de vídeo, en sistemas de discos de gran capacidad.
- Acceso a la base de datos mediante una estación de trabajo, o de redacción, para la búsqueda y selección de brutos, dando órdenes de volcado de los materiales situados en los servidores de baja resolución al disco duro del puesto de trabajo.
- Montaje off line en la propia estación de redacción con los brutos seleccionados y generación de una lista de edición (EDL) para el montaje posterior en alta resolución.
- Envío por red informática del listado de edición a los servidores de alta resolución o a editores más sofisticados para la edición definitiva del producto audiovisual en alta resolución con destino a emisiones de televisión.
- Montaje en la estación de redacción de productos finales de audio, imágenes fijas y textos para utilización en los servicios de Radio, Teletexto, Web y Prensa, enviados por red informática.
- Catalogación automática, documentación de los nuevos productos para su almacenamiento final para su posterior reutilización.

4.5. Aparición de nuevos perfiles no definidos de forma universal

La tecnología disponible en estos momentos permite identificar, interpretar y evaluar los medios disponibles en la industria de los contenidos, que podemos caracterizarlos por:

- La realización de una sola producción y la realización de diversos montajes en función de los diferentes clientes.
- La producción única de contenidos para uso multimedia.
- El tratamiento diferencial del producto en función del soporte
- La conservación de brutos y productos para reutilización y comercialización
- La concentración de medios técnicos y recursos compartidos.
- El empleo de una estación única de trabajo con aplicaciones diferentes según el producto a editar.
- La reducción de inversiones por utilización común.
- La optimización de gastos de explotación: mismos contenidos utilizados y reutilizados varias veces.

En los últimos años, los cambios tecnológicos que influyen en el desarrollo de la televisión y vídeo por Internet y en movilidad implican necesidades específicas de formación vinculadas a las nuevas tecnologías.

- La transformación e integración de la televisión en Internet: La televisión que demanda el usuario desde cualquier ordenador conectado a Internet, con búsquedas temáticas, en comunidades e incluso con redes P2P para descargas audiovisuales.
- El modelo YouTube, la televisión del ciudadano: La televisión como plataforma que genera comunidades virtuales, donde el usuario es el propio emisor e intercambia vídeos con otros usuarios, siguiendo la filosofía de la Web 2.0.
- Los nuevos modelos de televisión IPTV: La Televisión IP por Internet está dando pasos importantes en la generación de nuevas aplicaciones que en muchos casos suponen el lazo de unión entre los contenidos de la televisión tradicional y las posibilidades de la Red.
- Los *vloggin*: El vídeo llevado a la tecnología del *blog*. Un *vblog*, es personal y experimenta con la tecnología audio/vídeo disponible y se fundamenta en la escritura y en lo televisivo.
- La televisión y el vídeo en terminales móviles: Cuando hablamos de la televisión en aparatos móviles, debemos entender una amplia generación de dispositivos: como los teléfonos celulares, los ordenadores portátiles, PDA's o sistemas de navegación GPS. El estudio de los factores que intervienen en estos nuevos modelos de negocio desde la perspectiva tecnológica, de hábitos consumo o de contenidos interactivos en este tipo de materias vinculadas a las nuevas tecnologías.

5. Conclusiones

Con la voluntad de ofrecer un instrumento útil de reflexión académica y los profesionales, emplazados ante los importantes cambios en el horizonte audiovisual, realizamos las siguientes constataciones y propuestas:

1. Acentuados los anteriores perfiles por la actual crisis, ha de verse en todo ello no sólo los riesgos y peligros, sino las ocasiones y oportunidades que se nos presentan para corregir errores y defectos, tanto en los procesos formativos como en la inserción laboral de los profesionales de la comunicación y, en definitiva, el funcionamiento mismo del sistema audiovisual. La superación de una falsa alternativa entre teoría y praxis, la capacidad de adaptación a los nuevos retos, la constante y dinámica mutación de conocimientos, el fomento de la creatividad, de la capacidad innovadora y el espíritu emprendedor, la creación de nuevas sinergias y alianzas son piezas claves del proceso.

2. Un diagnóstico riguroso de la situación ha de contemplar, entre otros factores, la incidencia de las transformaciones tecnológicas (desarrollo digital y apagón analógico, fragmentación de operadores y cauces de comunicación, convergencia de medios y pantallas, incremento de la interactividad, replanteamiento de las claves de financiación y de la misma economía del sistema) en los procesos de producción, circulación y recepción de señales.
3. Este nuevo escenario esboza ya nuevos perfiles profesionales, que exigen nuevos conocimientos, competencias, aptitudes y actitudes, destrezas y valores, a los que ha de dar respuesta el sistema formativo, especialmente el Plan de Formación de la Empresa, pero sin descartar otros necesarios complementos, proporcionados por prácticas profesionales adecuadamente reguladas o por el autoaprendizaje y actualización constante. Ya en el año 2001 encontramos en el informe Skills for Tomorrow's Media la siguiente conclusión (Laughton, 2001): “Skillsformedia should work with and through employers, industry bodies and other public agencies to establish appropriate partnership arrangements to provide a promotion, signposting and referral service for publicly available employer-produced careers resources” (las habilidades para los medios necesita el trabajo conjunto de los empleadores, los organismos de la industria y otros organismos públicos para implantar un sistema adecuado de asociación que proporcione un servicio público de promoción, señalización y de referencia disponible para la empresa y el disposición pública).
4. Adicionalmente a los puntos desarrollados con anterioridad, las transformaciones de las labores desarrolladas en el campo de la Comunicación, por su estrecha relación con las Tecnologías de la Información y la Sociedad del Conocimiento, aconsejan marcos de colaboración amplios con instituciones de prestigio, desde un punto de vista multidisciplinar, de ámbito profesional y universitario.

* **investigación financiada** - Esta investigación está financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada en la convocatoria 2010, con referencia: cso2010-22155-c04-01 (subprograma comu), siendo el investigador principal Hipólito Vivar-Zurita y que lleva por título “Creación e implantación de un observatorio de innovación docente para el impulso de los estudios de comunicación en la sociedad del conocimiento”. (Referencia = I+D+i.pdf)

6. Bibliografía

- Bustamante-Ramírez, E. (2008): *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Fundación Alternativas, Documento de trabajo 129/2008
- *et al.* (2002): *Comunicación y cultura en la era digital* (Coord. Bustamante, E.). Barcelona: Gedisa
- *et al.* (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital*. (Coord. Bustamante, E.) Barcelona: Gedisa
“Declaración final sobre los nuevos perfiles profesionales ante las transformaciones del sistema audiovisual”. 10 de septiembre de 2008.
Universidad Internacional de Andalucía.
- Castells, M. y Cardoso, G. (2006): *The Media in the Network Society* Lisboa, Portugal: CIES – Centre for research and Studies in Sociology
- Ducatel, K. y Burgelman, J.C. (2000): “ICTs and employment in Europe: Outlooks to 2010”. *Communication & Strategies*, nº 38, pp. 309-332
- García-Avilés, J. A. (2006): *El periodismo audiovisual ante la convergencia digital*. Elche: Universidad Miguel Hernández.
- García-Jiménez, A. (2007): “La transformación del periodismo tradicional y las características del “nuevo periodismo” en, *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid: Dykinson.
- García-Madariaga, J. M. (2008): *El periodismo del siglo XXI: una profesión en crisis ante la digitalización*. Madrid: Dykinson
- Laughton, R. (2001): “Skills for Tomorrow’s Media” en http://www.skillset.org/uploads/pdf/asset_178.pdf?1. Página web visitada en marzo 2011.
- Martínez-Nicolás, M (2009): “La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales”, en *Revista Latina de Comunicación Social* 64, La Laguna, Tenerife, España:
http://www.revistalatinacs.org/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martinez_Nicolas.html
- Muñón-López, J. M. (2008): *Emitido en digital: visiones de futuro sobre la radio y la televisión*. Santiago de Compostela: RTVE Galicia.

- Robert K, Y. (1994): *Case Study Research. Design and Methods*. London: SAGE
- VV.AA Fundación Telefónica (2008): *Periodismo en la era de Internet*. Barcelona: Planeta.
- Vivar-Zurita, H. (2005): “Competencias profesionales en un sistema integrado multimedia. Grupo de Investigación FONTA (Formación en Nuevas Tecnologías del Audiovisual”. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 16.
- VV AA (2006): *El anuario de televisión, 2005*. (Eds. Gómez-Bermúdez, R.) Madrid: GECA.
- VV AA (2010): AEDE, Libro Blanco de la Prensa Diaria 2009
- VV AA (2010). *Estudio Infoadex 2009 de la inversión publicitaria en España*
- VV AA (2010): *Los medios en España y Portugal 2009*. Zenithmedia. Zenithoptimedia,
- VV AA (2011): *Estudio Infoadex 2010 de la inversión publicitaria en España*

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Vivar-Zurita, H. y García-García, A. (2012): “La adaptación de la formación reglada y continua a la Comunicación”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 347 a 361 recuperado el ____ de ____ de 2_____, de
DOI: [10.4185/RLCS-067-959](https://doi.org/10.4185/RLCS-067-959)

Artículo recibido el 22 de abril de 2012. Sometido a pre-revisión el 24 de abril. Enviado a revisores el 25 de abril. Aceptado el 11 de junio de 2012. Galeradas telemáticas a disposición de los autores el 18 de junio de 2012. Visto bueno de los autores: 21 de junio de 2012. Publicado el 23 de junio de 2012.

Nota: el DOI es parte de la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.

7. Anexo

| CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR | MÓDULOS PROFESIONALES |
|--|--|
| IMAGEN (2000 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Imagen fotográfica (280 horas) • Aplicaciones fotográficas (270 horas) • Iluminación espacios escénicos (260 horas) • Imagen audiovisual (230 horas) • Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa (95 horas) • Gestión de calidad de procesado y tratamiento fotográfico y cinematográfico (95 horas) • Medios fotográficos y audiovisuales (130 horas) • Medios y lenguajes de comunicación visual (130 horas) • Relaciones en el entorno de trabajo (65 horas) • Formación en centro de trabajo (380 horas) • Formación y orientación laboral (65 horas) |
| PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, RADIO Y ESPECTÁCULOS (2000 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Producción de cine y vídeo (290 horas) • Producción de televisión (270 horas) • Producción de radio (190 horas) • Producción de espectáculos (240 horas) • Medios técnicos audiovisuales (150 horas) • Lenguajes audiovisuales y escénicos (150 horas) • Gestión y promoción de Producciones audiovisuales, radiofónicas y espectáculos (200 horas) • Relaciones en el entorno de trabajo (65 horas) • Formación en centro de trabajo (380 horas) • Formación y orientación laboral (65 horas) |
| REALIZACIÓN DE AUDIOVISUALES Y ESPECTÁCULOS (2000 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Realización en cine y vídeo (290 horas) • Realización en televisión (270 horas) • Realización multimedia (260 horas) • Montaje /edición y post-producción de audiovisuales (260 horas) • Representaciones escénicas y espectáculos (130 horas) • Sistemas técnicos de realización (130 horas) • Comunicación y expresión audiovisual (130 horas) • Relaciones en el entorno de trabajo (65 horas) • Formación en centro de trabajo (380 horas) • Formación y orientación laboral (65 horas) |
| SONIDO (2000 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Sonido en producciones audiovisuales (265 horas) • Radio (265 horas) • Grabaciones musicales (205 horas) • Sonorización industrial y de espectáculos (150 horas) • Post-producción de sonido (210 horas) • Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa (95 horas) • Sistemas y medios técnicos de sonido (150 horas) • Comunicación audiovisual y expresión sonora (150 horas) • Relaciones en el entorno de trabajo (65 horas) • Formación en centro de trabajo (380 horas) • Formación y orientación laboral (65 horas) |

| DENOMINACIÓN DEL CURSO | MÓDULOS |
|--|---|
| EDITOR-MONTADOR DE IMAGEN (540 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a los medios audiovisuales (50 h) • Señal de vídeo (50 h) • Narrativa audiovisual (120 horas) • Grabación y reproducción de equipos profesionales de audio y vídeo (60 h) • El sonido en la edición (80 h) • Mezcla y efectos de vídeo (80 h) • Técnicas de edición (100 h) |
| TÉCNICO DE SONIDO (665 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a los medios audiovisuales (50 h) • Principios de sonido (30 h) • Captación, tratamiento y grabación del sonido (120 h) • Sonido en radiodifusión (60 h) • Sonido en reproducciones audiovisuales (120 h) • Sonido en producciones discográficas (60 h) • Sonorización (100 h) • Postproducción del sonido (100 h) • Seguridad e higiene en producciones audiovisuales y espectáculos (25 h) |
| TÉCNICO DE AUDIOVISUALES (525 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Señal de vídeo (50 h) • Principios de sonido (30 h) • Cámara de vídeo industrial (60 h) • Grabación, tratamiento y reproducción de audio y vídeo (100 h) • Introducción a la composición y a la narrativa audiovisual (60 h) • Edición de imágenes en vídeo industrial (80 h) • Sonorización básica (60 h) • Sistemas de proyección (60 h) • Seguridad e higiene en producciones audiovisuales y espectáculos (25 h) |
| FOTÓGRAFO (790 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la imagen fotográfica (50 h) • Cámara fotográfica (100 h) • Iluminación en fotografía (100 h) • Composición fotográfica (100 h) • Géneros fotográficos (160 h) • Técnicas de revelado del material fotográfico (80 h) • Copiado del material fotográfico en B/N y color (150 h) • El proceso fotográfico (40 h) |
| OPERADOR DE CÁMARA (565 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a los medios audiovisuales (50 h) • Señal de vídeo (50 h) • Cámara de vídeo, cine y TV (100 h) • Técnicas de grabación y filmación en cine y vídeo y TV (120 h) • Técnicas de grabación para operaciones en equipos ligeros de grabación (140 h) • Técnicas de control y análisis de material registrado (80 h) • Seguridad e higiene en producciones audiovisuales y espectáculos (25 h) |
| OPERADOR DE CABINAS DE PROYECCIÓN CINEMATográfICAS (270 HORAS) | <ul style="list-style-type: none"> • Montaje y repaso de películas cinematográficas (100 h) • Proyección cinematográfica (120 h) • Mantenimiento y conservación del equipo de proyección (50 h) |