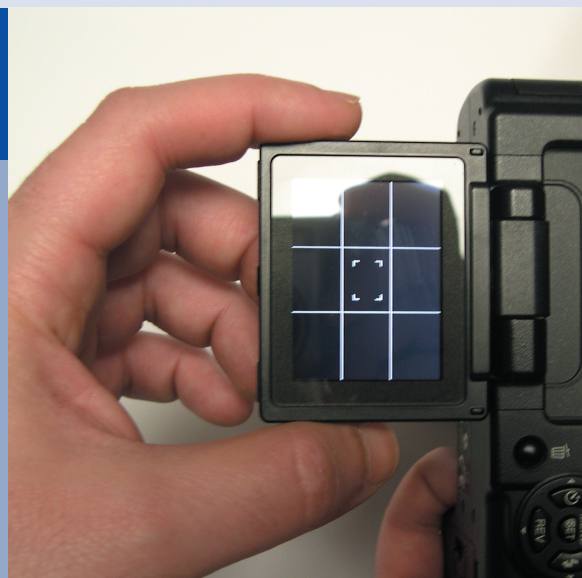


ESTUDIO SOBRE LAS OCUPACIONES DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS

INFORME DE RESULTADOS

SECTOR AUDIOVISUAL

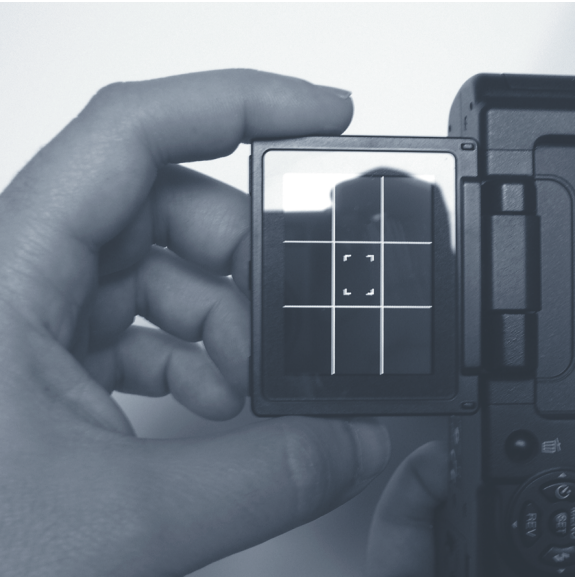


SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE INDUSTRIA Y EMPLEO



El Acuerdo para el Desarrollo Económico la Competitividad y el Empleo (ADECE 2004-07) firmado por el Gobierno del Principado de Asturias, la Federación de Empresarios de Asturias y los sindicatos UGT y CCOO, establece que el Observatorio de las Ocupaciones, dentro del marco del Servicio Público de Empleo, tiene como objetivo prioritario conocer la realidad del mercado de trabajo asturiano en cada momento, examinando su evolución y analizando los factores que determinen su comportamiento, lo que permitirá describir el escenario previsible en materia de empleo, al objeto de adoptar las medidas necesarias con la suficiente antelación.

En la misma dirección, La Ley del Principado de Asturias 2/2005, de 8 de julio, del Servicio Público de Empleo, introduce en su Título III el Observatorio de las Ocupaciones como instrumento activo para la participación, coordinación y planificación de las actuaciones ocupacionales.

El Servicio Público de Empleo, a través del Observatorio, debe realizar una labor de análisis permanente de la actividad económica asturiana que contribuya a la toma de decisiones adecuadas y consensuadas con objeto de contar con los recursos humanos que precisan los sectores productivos de la región.

Es en esa labor, en la que se enmarca la realización de los estudios sectoriales, fruto del trabajo de expertos, de responsables de empresas y de la colaboración de organismos públicos y agentes sociales.

La forma de realizar el trabajo es una de las claves del éxito. Una vez que el Consejo Rector del Servicio Público de Empleo ha decidido los sectores o temas que se han de analizar, el Observatorio genera una dinámica de intercambio de información y cooperación que finaliza en un análisis y propuesta de intervención en cada sector.

El resultado facilitará la toma de decisiones del Consejo Rector del Servicio Público de Empleo y, también, de los demás actores públicos y privados que intervienen en este campo.

Sus trabajos serán publicados en la web Trabajastur, para lograr su máxima difusión, ya que deben ser además una referencia para orientadores laborales y formadores, y, sin duda, para todas aquellas personas que buscan información para mejorar su empleabilidad.

Hemos sido ambiciosos con los retos que nos planteamos, pero estamos seguros de que, con la colaboración de todos, podremos mejorar en la eficacia de los recursos disponibles para el empleo y la cualificación profesional de nuestros ciudadanos.

Graciano Torre
Consejero de Industria y Empleo

Gobierno del Principado de Asturias

El mundo del s. XXI es el de la economía de la información y la comunicación. El sector audiovisual pertenece a este gran entramado de actividades que están cambiando las formas y maneras de relacionarnos, las formas en que trabajamos, nos formamos y divertimos. Con el desarrollo imparable de nuevos medios y tecnologías, soportes y formatos aparecen nuevos contenidos, se crean nuevas ofertas para satisfacer las necesidades de los usuarios y con frecuencia les permite abandonar su rol de espectadores pasivos para convertirse en parte activa en la construcción del producto.

Varios son los aspectos que afectan a la producción audiovisual: los nuevos medios digitales, las transformaciones de los mercados como consecuencia de los nuevos soportes para la distribución de contenidos, la interactividad, la convergencia con el sector de telecomunicaciones por Internet que aumenta los soportes de difusión y requiere desarrollo de contenidos, etc. Todo ello genera expectativas positivas sobre las posibilidades que tiene esta actividad para generar empleo y riqueza. A ello hay que unir, además, una política europea también comprometida con la protección de la industria audiovisual.

Por otro lado, y en el ámbito asturiano, la puesta en marcha, a finales de 2005, de la Televisión Autonómica del Principado y la creación de un nuevo centro formativo específico del sector en Langreo propician un nuevo escenario que también tendrá consecuencias positivas para la actividad audiovisual en nuestra región.

Por todos esos motivos, el servicio público de empleo ha recogido en éste estudio las actividades del sector audiovisual según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE): 921 Actividades cinematográficas y de vídeo, -921.1 Producción cinematográfica y de vídeo- (921.11: Producción de películas y 921.12: Actividades de apoyo a la producción cinematográfica y de vídeo); 922 Actividades de radio y televisión, -922.0: Actividades de radio y televisión- (922.01: Actividades de radio, 922.02: Producción y distribución de televisión y 922.03: Emisión de programas de televisión) y 924: Actividades de agencia de noticias.

Como se refleja con profundidad en las páginas siguientes, una característica común del sector audiovisual en los ámbitos territoriales europeo, español y asturiano es el crecimiento generalizado que ha experimentado en los últimos años, tanto en lo relativo a la facturación y, sobre todo, al número de empresas y al empleo. Evidentemente, las magnitudes de esas variables en nuestra comunidad autónoma son todavía pequeñas como corresponde a un sector joven en una economía de reducido tamaño y que históricamente ha estado basada en actividades industriales primarias. Así en 2006 el número total de empresas existentes según el Directorio Central de Empresas era de 94. Por subsectores, 64 empresas (68%) pertenecen al de cine y vídeo, otras 29 (31%) al de radio y tv y una empresa (1%) una agencia de noticias. Por su parte, el número total de ocupados en el 2001 (Censo de Población y Viviendas) era de 1.008 personas, 233 empleos en cine y vídeo (23%) y 775 en televisión y la radio (77%). Las actividades de agencias de noticias, por su parte, aglutinaban en aquella fecha a 33 empleos.

Pero, como reconoce el Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones (GRETEL)¹, “cualquier solución de interés para los usuarios que se pueda imaginar en un mundo de

(1). Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT). Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones (GRETEL). La explotación de los contenidos audiovisuales en la transición a los nuevos medios digitales. 2005.

información y comunicaciones (navegación por páginas web, televisión digital interactiva, internet, móvil, “cine en casa”, videojuegos en red, mensajería instantánea, redes de intercambio, difusión a la carta...) se basa, en gran medida, en el atractivo que los contenidos y su empaquetamiento puedan tener”.

El desarrollo imparable de las tecnologías ha hecho aumentar su accesibilidad y en este contexto, la importancia de los contenidos (el software en términos informáticos) abre la puerta de este mercado gigante a los pequeños productores que desde territorios como Asturias pueden, gracias al ingenio e innovación del capital humano, diseñar contenidos innovadores que les capacitan para (al igual que ha hecho el sector informático asturiano), abrirse un hueco en los mercados nacional e internacional ofreciendo productos específicos y de calidad a los que las compañías gigantes no pueden llegar.

El estudio que tienen en sus manos es una apuesta más del Gobierno del Principado de Asturias por ayudar a la expansión de un sector emergente, con una gran proyección y posibilidades de expansión que, en la cada vez más diversificada y dinámica economía asturiana, está llamado a jugar un papel relevante en los próximos años.

José Luis Álvarez Alonso
Director Gerente

Servicio Público de Empleo
Principado de Asturias

LAS OCUPACIONES DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Pág.

ÍNDICE

1 :: INTRODUCCIÓN	20
1.1. Presentación del estudio	
1.2. Objetivos	
1.2.1. Definición del Sector Audiovisual	
1.3. Metodología	
2 :: EL SECTOR AUDIOVISUAL EN EUROPA	23
2.1. Principales magnitudes	
2.1.1. Producción cinematográfica	
2.1.2. Radio y Televisión	
2.1.3. Otros soportes y desarrollos	
2.2. Normativa europea del sector audiovisual	
3 :: EL SECTOR AUDIOVISUAL EN ESPAÑA	33
3.1. Principales magnitudes	
3.2. El sector cinematográfico y de vídeo en España	
3.2.1. Principales magnitudes	
3.2.2. Las actividades cinematográficas	
3.2.3. Sector videográfico	
3.3. La radio y televisión en España	
3.3.1. Principales magnitudes	
3.3.2. La televisión en España	
3.3.3. La televisión digital en España	
3.3.4. La radio en España	
3.4. La sociedad de la información	
3.4.1. Indicadores de implantación	
3.5. Nueva ley del cine español	
4 :: APROXIMACIÓN AL SECTOR EN ASTURIAS	53
4.1. Dimensión del sector	
4.2. Caracterización del sector	
4.3. La oferta de televisión	
4.4. El nivel de implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	
5 :: EL MERCADO LABORAL	64
5.1. Evolución general del sector servicios	
5.1.1. La situación en Europa	
5.1.2. Evolución reciente del sector en España	
5.1.3. Principales indicadores del sector servicios en Asturias	
5.2. Perfil de los trabajadores del sector audiovisual español	
5.3. Perfil de los trabajadores del sector audiovisual en Asturias	
5.4. Valoración del mercado de trabajo por parte de las empresas audiovisuales asturianas	
5.4.1. Evolución reciente y futura del empleo	
5.4.2. La contratación de nuevos profesionales: una cuestión de cierta dificultad	
5.4.3. Tipo de ofertas actualmente existentes	
5.5. La aportación de la RTPA	

6 :: LAS OCUPACIONES DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN ASTURIAS 84

- 6.1. Ocupaciones identificadas
- 6.2. Presencia de ocupaciones en la actividad de las productoras asturianas
 - 6.2.1. Subsector de producción videográfica y de televisión: productoras
 - 6.2.2. Subsector de producción videográfica y de televisión: tv locales
 - 6.2.3. Subsector de producción fotográfica y multimedia

7 :: LA FORMACIÓN DEL SECTOR EN ASTURIAS 95

- 7.1. Marco actual
- 7.2. Las necesidades de formación en las empresas asturianas
 - 7.2.1. Necesidades de formación en el subsector de fotografía
 - 7.2.2. Necesidades de formación en el subsector de las productoras
 - 7.2.3. Necesidades de formación en el subsector de las televisiones locales
- 7.3. Actual oferta formativa
 - 7.3.1. Relación actual de los centros formativos
 - 7.3.2. Nivel de conocimiento y uso de los Centros Formativos actuales
 - 7.3.3. Valoración y recomendaciones de los centros actuales
- 7.4. Iniciativas para fomentar el sector audiovisual en el Principado de Asturias

8 :: ANÁLISIS DAFO 111

- 8.1. Introducción
- 8.2. Matriz Dafo

9 :: CONCLUSIONES 114

- 9.1. Un sector en expansión
- 9.2. Un sector todavía con necesidades de apoyo institucional
- 9.3. Pequeñas empresas con grandes retos
- 9.4. Una oferta formativa todavía incipiente
- 9.5. Un sector con necesidades de formación manifiestas.
- 9.6. Abriéndose a la contratación de nuevas ocupaciones que se suman a las ya consolidadas.

10 :: RECOMENDACIONES 118

ANEXO METODOLÓGICO 122

- Anexo 1. Relación de personas entrevistadas
- Anexo 2. Asistentes grupo de trabajo
- Anexo 3. Empresas y profesionales contactados para encuesta

FICHAS OCUPACIONES 128

Subsector fotografía:

- Técnico de Laboratorio de Imagen
- Técnico en Retoque fotográfico, diseño gráfico y autoedición
- Fotógrafo

Subsector de producción (productoras)

- Productor
- Ayudante de productor
- Director de programa-editor
- Redactor
- Diseñador gráfico
- Operador de cámara de cine y vídeo
- Sonidista
- Editor de cine y vídeo
- Editor montador de vídeo

Subsector de televisiones locales

- Productor
- Jefe de producción
- Director de programa
- Diseñador gráfico
- Redactor
- Realizador
- Operador de cámara
- Operador reportero de cámara de cine y vídeo
- Reportero gráfico
- Editor
- Técnico de sonido de continuidad

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

Cuadro 2.1	23
Evolución de las principales magnitudes en el sector audiovisual por subsectores.	
Cuadro 2.2	26
Distribución de la producción cinematográfica según principales países europeos. CNAE 92.1	
Cuadro 2.3	28
Distribución de la producción de radio-televisión según principales países europeos. CNAE 92.2.	
Cuadro 2.4	30
La Televisión Digital en Europa. 2004	
Cuadro 2.5	30
Grado de Utilización de internet en los principales países europeos. 2006.	
Cuadro 2.6	31
Uso de internet en los principales países europeos. 2006.	
Cuadro 3.1	33
Evolución de las principales magnitudes en el sector audiovisual de España por subsectores.	
Cuadro 3.2	34
Evolución de la facturación del sector audiovisual por subactividad.	
Cuadro 3.3	37
Evolución de la Inversión por empleo en Activos Materiales del sector audiovisual español	
Cuadro 3.4	38
Evolución de las principales magnitudes en el sector del cine y vídeo (CNAE 921) de España por subsectores.	
Cuadro 3.5	41
Evolución del mercado cinematográfico en España. 2000-2004	
Cuadro 3.6	43
Evolución de las principales magnitudes en el sector de la radio y TV (CNAE 922) de España	
Cuadro 3.7	43
Equipamiento de televisión en los hogares españoles. Primer semestre 2006. 35	
Cuadro 3.8	44
Oferta de canales de televisión nacionales	
Cuadro 3.9	45
Abonados televisión de pago (miles de personas).	
Cuadro 3.10	48
Número de emisoras radiofónicas con actividad, según tipo de cadena.	
Cuadro 3.11	48
Audiencia de la radio en España.	
Cuadro 3.12	49
Grado de equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación. 2º semestre 2006.	
Cuadro 3.13	51
Uso de internet en los principales países europeos. 2006.	
Cuadro 4.1	53
Número de empresas en el sector audiovisual. 2006	
Cuadro 4.2	54
Evolución del número de empresas en el sector audiovisual en Asturias	
Cuadro 4.3	61
Listado de cadenas de TV Local en Asturias.	
Cuadro 4.4	61
Número de canales de TV integrados en redes en 2005 en Asturias.	

Cuadro 4.5	62
Número de emisoras radiofónicas de los grupos de radio nacionales en 2005 en Asturias	62
Cuadro 4.6	62
Grado de equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación. 2º semestre 2006. España y Asturias	64
Cuadro 5.1	64
Evolución del mercado laboral en Europa.2000-2006	65
Cuadro 5.2	65
Mercado laboral en España. 1996-2006	66
Cuadro 5.3	66
Mercado laboral en Asturias. 1996-2006	67
Cuadro 5.4	67
Evolución de la población activa por sectores económicos en Asturias. (% s/total)	68
Cuadro 5.5	68
Evolución de la población ocupada por sectores económicos en Asturias. (% s/total)	69
Cuadro 5.6	69
Contratación según actividad en Asturias. 2006	70
Cuadro 5.7	70
Evolución de la tasa de paro por sectores económicos en Asturias. (% s/total)	70
Cuadro 5.8	72
Desempleados en el sector servicios por municipios Asturias. Febrero 2007	72
Cuadro 5.9	72
Ocupados en el sector audiovisual de España por régimen. 2.004.	72
Cuadro 5.10	72
Nº empleados en el sector audiovisual por estrato de edad en el sector audiovisual en España por actividad	72
Cuadro 5.11	73
Ocupados en el sector audiovisual por sexo. 2.004.	74
Cuadro 5.12	74
Ocupados en el sector audiovisual de Asturias. 2.001.	75
Cuadro 5.13	75
Nº empleados en el sector audiovisual por estrato de edad en el sector audiovisual en Asturias por actividad	77
Cuadro 5.14	77
Estimación del nº empleados en el sector audiovisual en Asturias. Subsectores de fotografía, productoras y tv locales	79
Cuadro 5.15	79
Evolución del empleo desde la perspectiva de las empresas.	80
Cuadro 5.16	83
Previsión estimada de crecimiento del empleo en el Sector Audiovisual Asturiano para el próximo trienio.	89
Cuadro 5.17	89
Valoración del mercado de trabajo.	92
Cuadro 5.18	94
Empleo de RTPA92	95
Cuadro 6.1	95
Ocupaciones más contratadas por las productoras asturianas	92
Cuadro 6.2	94
Ocupaciones más contratadas por las televisiones locales	95
Cuadro 6.3	95
Ocupaciones más contratadas por empresas de producción fotográfica	109
Cuadro 7.1	
Valoración actual de la formación audiovisual en Asturias	
Cuadro 7.2	
Valoración actual de los Centros de Formación asturianos	

INDICE DE GRÁFICOS

Pág.

Gráfico 2.1	24
Composición interna del sector audiovisual europeo. 2000	
Gráfico 2.2	24
Principales ratios del sector audiovisual europeo por subsectores	
Gráfico 2.3	25
Evolución de la facturación de servicios audiovisuales. EU-15 y EE.UU.	
Gráfico 2.4	26
Distribución de la producción cinematográfica según principales países. 2000. EU-15	
Gráfico 2.5	27
Distribución de la facturación cinematográfica según modo de distribución. EU-15. 1997-2001	
Gráfico 2.6	29
Distribución de la producción radio-televisiva según principales países. 2000. EU-15	
Gráfico 3.1	35
Evolución de la facturación en el sector audiovisual español	
Gráfico 3.2	35
Distribución de la facturación del sector audiovisual según subactividad. CNAE 92.1 y 92.2 2000-2004.	
Gráfico 3.3	36
Principales ratios de las empresas del sector audiovisual (921+922)	
Gráfico 3.4	37
Evolución de la inversión en el sector audiovisual español	
Gráfico 3.5	38
Principales ratios de las empresas del subsector de cine-video	
Gráfico 3.6	39
Evolución de la facturación de la producción de películas en España	
Gráfico 3.7	40
Distribución de la facturación de la producción cinematográfica según tipo de película. 2000-2004.	
Gráfico 3.8	40
Evolución de la producción cinematográfica en España	
Gráfico 3.9	41
Evolución de los espectadores según origen de la película	
Gráfico 3.10	43
Principales ratios de las empresas del subsector de la radio y televisión (CNAE 922)	
Gráfico 3.11	45
Audiencia de las cadenas de televisión en España	
Gráfico 3.12	46
Evolución de los abonados a la televisión de pago	
Gráfico 3.13	47
Participación de los distintos operadores de televisión de pago. 1999-2006.	
Gráfico 3.14	50
Audiencia de las emisoras de radio en España	
Gráfico 3.15	50
Evolución de hogares que disponen de internet	
Gráfico 3.16	51
Evolución de las personas que han utilizado internet en los últimos 3 meses	
Gráfico 4.1	53
Distribución de las empresas de audiovisual según subsectores. 2006	
Gráfico 4.2	54
Evolución del número de empresas en el sector audiovisual en Asturias	
Gráfico 4.3	56
Importancia del mercado interior asturiano en la actividad de las empresas audiovisuales.	

Gráfico 4.4	58
Principales clientes a los que van destinadas las actividades de las empresas audiovisuales.	
Gráfico 4.5	63
Evolución de hogares que disponen de internet en Asturias 63	
Gráfico 4.6	63
Evolución de las personas que han utilizado internet en los últimos 3 meses. Asturias y España	
Gráfico 5.1	65
Evolución de los ocupados en España en el sector servicios. 1996-2006	
Gráfico 5.2	66
Evolución de la tasa de actividad en Asturias	
Gráfico 5.3	67
Evolución de la población activa en Asturias en el sector servicios. 1996-200670	
Gráfico 5.4	68
Evolución de la tasa de ocupación en Asturias	
Gráfico 5.5	69
Evolución de la población ocupada en Asturias en el sector servicios. 1996-2006	
Gráfico 5.6	71
Características de los ocupados en el sector audiovisual (CNAE 921+922) según régimen. (%)	
Gráfico 5.7	73
Características de los ocupados en el sector audiovisual (CNAE 921+922) según sexo. (%)	
Gráfico 5.8	74
Distribución de los empleados del sector audiovisual asturiano según estratos de edad (%)	
Gráfico 5.9	75
Características de los empleados en el sector audiovisual asturiano. Sexo. 2007 (%).	
Gráfico 5.10	75
Características de los empleados en el sector audiovisual asturiano. Nivel de formación. 2007 (%)	
Gráfico 5.11	76
Características de los empleados en el sector audiovisual asturiano. Tipo de contrato. 2007 (%).	
Gráfico 5.12	77
Evolución reciente del empleo (últimos 3 años) según valoración de las empresas audiovisuales asturianas (%)	
Gráfico 5.13	77
Evolución futura del empleo (próximos 3 años) según valoración de las empresas audiovisuales asturianas (%)	
Gráfico 5.14	81
Valoración de la oferta actual de profesionales	
Gráfico 5.15	82
Principales agentes a los que se recurre en las empresas audiovisuales asturianas para la contratación de profesionales	
Gráfico 6.1	93
Principales ocupaciones relacionadas con la producción videográfica y de televisión según índice de contratación: productoras independientes	
Gráfico 6.2	93
Principales ocupaciones relacionadas con la producción videográfica y de televisión según índice de contratación reconocido: tv locales	
Gráfico 7.1	96
Necesidades de formación en las empresas asturianas del sector audiovisual. 2007	
Gráfico 7.2	97
Tipo de necesidades de formación señaladas. 2007. (%)	

Gráfico 7.3	98
Necesidades de formación en las empresas asturianas del sector audiovisual. 2007	
Gráfico 7.4	99
Tipo de necesidades de formación señaladas por el subsector de fotografía. 2007. (%)	
Gráfico 7.5	100
Necesidades de formación en las productoras audiovisuales asturianas. 2007	118
Gráfico 7.6	100
Tipo de necesidades de formación señaladas por el subsector de las productoras. 2007. (%)	
Gráfico 7.7	101
Necesidades de formación en las televisiones locales asturianas. 2007	
Gráfico 7.8	102
Tipo de necesidades de formación señaladas por las televisiones locales. 2007. (%)	
Gráfico 7.9	107
Grado de conocimiento de los Centros Formativos por parte de las empresas (%)	
Gráfico 7.10	108
Nivel de contratación de trabajadores a través de los centros formativos (% empresas que han contratado trabajadores provenientes de dichos centros)	
Gráfico 7.11	108
Utilización de los centros formativos (% empresas que han enviado trabajadores a cursos en dichos centros)	
Gráfico 7.12	109
Recomendación de los centros formativos (% empresas que recomiendan dichos centros)	

1:: INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación del estudio

El Servicio Público de Empleo del Gobierno del Principado de Asturias, a través de su Observatorio Ocupacional, viene realizando una serie de estudios sectoriales que inciden, cada uno de ellos, en la particular situación de su mercado de trabajo, profundizando de forma particular en las cuestiones relacionadas con su empleo y las necesidades de formación.

Tras doce estudios sectoriales ya publicados, le toca el turno ahora al Sector Audiovisual en el que confluyen diversas circunstancias que le otorgan un particular interés en estos momentos.

Entre estas circunstancias cabe señalar, por un lado, el desarrollo de los nuevos medios digitales, las nuevas dimensiones de los mercados como consecuencia de la aparición de nuevos soportes para la distribución de los contenidos, la interactividad, el proceso convergente con el sector de telecomunicaciones etc. que despiertan todas ellas cuando menos expectación entre los profesionales y agentes competentes y una actitud positiva sobre las posibilidades de expansión de esta actividad. A ello hay que unir, además, una política europea también comprometida con la protección de la industria audiovisual.

Por otro, y referido estrictamente a Asturias, recientes hitos como la puesta en marcha, a finales de 2005, de la Televisión Autonómica del Principado o la creación de un nuevo centro formativo específico en Langreo propician un nuevo escenario al que también se le otorgan consecuencias positivas para el sector asturiano.

En definitiva un sector unánimemente reconocido como uno de los de mayor expansión y del que se ha querido conocer la evolución de sus ocupaciones, las competencias profesionales claves, la situación del mercado laboral y de los recursos formativos, así como las necesidades de competencias profesionales y/o personal a corto y medio plazo..

El estudio centra su atención en Asturias pero tratando de enmarcar su realidad en el contexto español y europeo. Desde el punto de vista de contenido, el estudio hace en primer lugar una breve descripción del sector en los tres ámbitos mencionados (empresas existentes, magnitudes económicas y empresariales, mercado laboral) para seguir a continuación con una descripción de las ocupaciones existentes en el sector en Asturias y la oferta formativa actual, que permiten concluir con una serie de recomendaciones orientadas a mejorar la formación y capacitación de los recursos humanos involucrados en esta actividad.

Finalmente, y desde el punto de vista del tratamiento que recibe en las fuentes estadísticas económicas y empresariales, cabe decir que se trata de un sector con un tratamiento estadístico cambiante e irregular en cuanto a los grupos de actividad incluidos y que dificulta la creación de series temporales, y además homogéneas, para los ámbitos europeo, estatal y asturiano.

1.2 Objetivos

1.2.1 Definición del Sector Audiovisual

El Observatorio Ocupacional del Servicio Público de Empleo determinó que el estudio -de acuerdo con la codificación de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)- incluiría las siguientes actividades del sector audiovisual:

921: Actividades cinematográficas y de vídeo.

9211: Producción cinematográfica y de vídeo.

- 92111: Producción de películas.

Esta subclase comprende la producción de películas, sean o no de ficción, utilizando película de celuloide o cinta de vídeo para su proyección directa en locales de espectáculos o para

su transmisión por televisión. Comprende también la producción de cortos, documentales, películas o videos educativos, de entretenimiento y publicitarios.

- 92112: Actividades de apoyo a la producción cinematográfica y de vídeo.

Esta subclase comprende las actividades auxiliares como el doblaje, montaje, efectos especiales y otras actividades de apoyo a la producción, por cuenta de terceros, para cine o televisión.

922: Actividades de radio y televisión.

9220: Actividades de radio y televisión.

- 92201: Actividades de radio.

Abarca la producción de programas de radio vaya o no acompañada de su difusión. También abarca la difusión de programas.

- 92202: Producción y distribución de televisión.

Comprende la producción de programas de televisión, vaya o no acompañada de su difusión posterior. Estos programas pueden ser de entretenimiento, promoción, educativos, de información, grabados o en directo.

- 92203: Emisión de programas de televisión.

Abarca la difusión de programas de televisión.

924: Actividades de agencia de noticias.

Abarca las actividades de agencias de noticias.

Sobre esta cuestión de la delimitación cabe hacer algunas consideraciones. En primer lugar y desde el punto de vista de la cobertura estadística del sector audiovisual, éste se concreta principalmente en las actividades incluidas en el grupo 921 (actividades cinematográficas y de vídeo) y en el grupo 922 (actividades de radio y televisión), pero no así en las actividades de las agencias de noticias (grupo 924), que tienden a considerarse incluidas dentro de los medios de comunicación.

En segundo lugar, la evolución reciente del sector, sobre todo en lo que se refiere al desarrollo de las nuevas tecnologías (era digital y soportes multimedia), está poniendo de manifiesto el carácter tradicional de esta delimitación de actividades. Así se han manifestado también profesionales del sector en Asturias que recomendaban incluir también en el sector audiovisual del Principado las actividades de sonido y grabaciones musicales y el sector de fotografía en justa correspondencia con lo que viene siendo la actividad de este sector.

En el primer caso (sonido) se especifican tres áreas o campos de actividad a incluir en el sector audiovisual. Son:

- Grabaciones musicales
- Sonido directo
- Post-producción de audio

En relación a la fotografía, se considera la producción fotográfica en un sentido amplio incluyendo:

- Realización de reportajes (BBC)
- Fotografía publicitaria
- Fotografía de prensa
- Laboratorios fotográficos

En consecuencia, aunque los datos estadísticos procedentes de fuentes documentales europeas o estatales hagan referencia a los grupos de actividad inicialmente previstos, en la aproximación realizada en Asturias se ha ampliado a las empresas o profesionales que están trabajando también en el área del sonido y de la fotografía.

1.3 Metodología

El desarrollo del estudio se ha basado en los siguientes elementos metodológicos:

- Prospección documental tanto de fuentes estadísticas para datos de descripción del sector, como de diagnósticos e informes sobre la situación actual del sector.
- Técnicas cualitativas grupales. Es decir, sesiones de trabajo con representantes de las principales asociaciones vinculadas con el sector que han permitido conocer las principales coordenadas en las que se está moviendo actualmente el sector y contrastar igualmente resultados y recomendaciones.
- Encuesta a una selección de empresas asturianas (productoras audiovisuales y empresas de fotografía) para recabar datos de interés que permitan conocer mejor el sector tanto en su estructura empresarial, como respecto a ocupaciones recientes, detección de necesidades formativas y expectativas del propio sector.
- Entrevistas en profundidad con agentes institucionales, centros formativos y empresas que han permitido tratar con mayor profundidad cuestiones de interés para los objetivos del estudio

2 :: EL SECTOR AUDIOVISUAL EN EUROPA

2.1 Principales magnitudes

Crecimiento generalizado del sector en los últimos años

Centrándose en las CNAE 92.1 -que incluye las actividades de cine y vídeo- y la CNAE 92.2 -correspondiente a las actividades de radio y televisión- el sector audiovisual europeo destaca por el crecimiento generalizado que ha experimentado en los últimos años, tanto en lo relativo al número de empresas (+25,8%), al empleo (+31,5%) como, sobre todo, a la facturación (+46,3%), a lo que no es ajena la introducción y desarrollo de la tecnología digital.

Evolución de las principales magnitudes en el sector audiovisual por subsectores

(cuadro 2.1)

Fuente: Statistics on Audiovisual Services

Actividad	1997	1998	1999	2000	% 00/97
Número de empresas					
CNAE 9211: Producción Cine y vídeo	23.100	25.500	27.800	29.400	27,3%
CNAE 9212: Distribución películas	5.100	5.000	4.900	4.900	-3,9%
CNAE 9213: Exhibición películas	4.700	4.900	5.100	5.800	23,4%
Total CNAE 921: Activ. Cine y Vídeo	32.900	35.400	37.800	40.100	21,9%
Total CNAE 922: Activ. Radio y TV	9.800	10.600	12.200	13.600	38,8%
Total sector audiovisual	42.700	46.000	50.000	53.700	25,8%
Facturación (millón euros)					
CNAE 9211: Producción Cine y vídeo	16.200	22.900	20.100	25.500	57,4%
CNAE 9212: Distribución películas	7.400	8.400	10.200	12.400	67,6%
CNAE 9213: Exhibición películas	4.400	4.700	4.900	5.200	18,2%
Total CNAE 921: Activ. Cine y Vídeo	28.000	36.000	35.200	43.100	53,9%
Total CNAE 922: Activ. Radio y TV	43.100	45.800	51.700	60.900	41,3%
Total sector audiovisual	71.100	81.800	86.900	104.000	46,3%
Número de ocupados (miles personas)					
CNAE 9211: Producción Cine y vídeo	114	131	125	146	28,1%
CNAE 9212: Distribución películas	16	19	17	19	18,8%
CNAE 9213: Exhibición películas	49	58	60	57	16,3%
Total CNAE 921: Activ. Cine y Vídeo	179	208	202	222	24,0%
Total CNAE 922: Activ. Radio y TV	243	282	294	333	37,0%
Total sector audiovisual	422	490	496	555	31,5%

Efectivamente, tal y como señala la Estadística Europea de Servicios Audiovisuales¹, la televisión, la radio y el cine han entrado en una nueva era (la era digital), con cambios sustanciales en la producción, difusión, programación, sistemas de pago y acceso a los contenidos audiovisuales, que abren nuevas posibilidades de negocio, con un aumento de la demanda de contenidos y servicios suplementarios, como la interactividad.

En cuanto al número de empleados por empresa es un sector en el que predominan empresas pequeñas, con un tamaño medio en torno a los 10 empleados por empresa; por subsectores las empresas de radio y televisión son de mayor tamaño medio (25 empleados) que las de cine

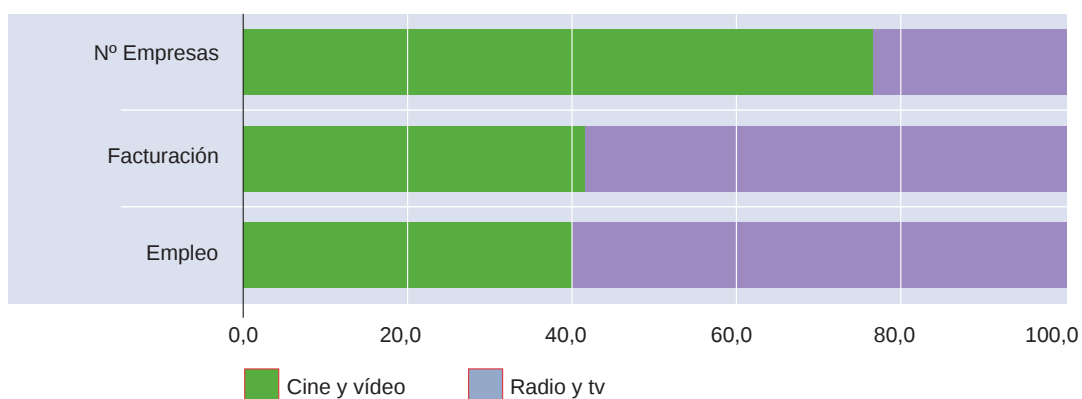
(1) European Commission, Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services. Data 1980-2002

y vídeo (5 empleados). En términos de evolución se trata de un tamaño medio que se mantiene prácticamente estable tanto entre las empresas de radio y televisión como de cine y vídeo, y, en consecuencia, también para el conjunto del sector.

Composición interna del sector audiovisual europeo. 2000

(gráfico 2.1)

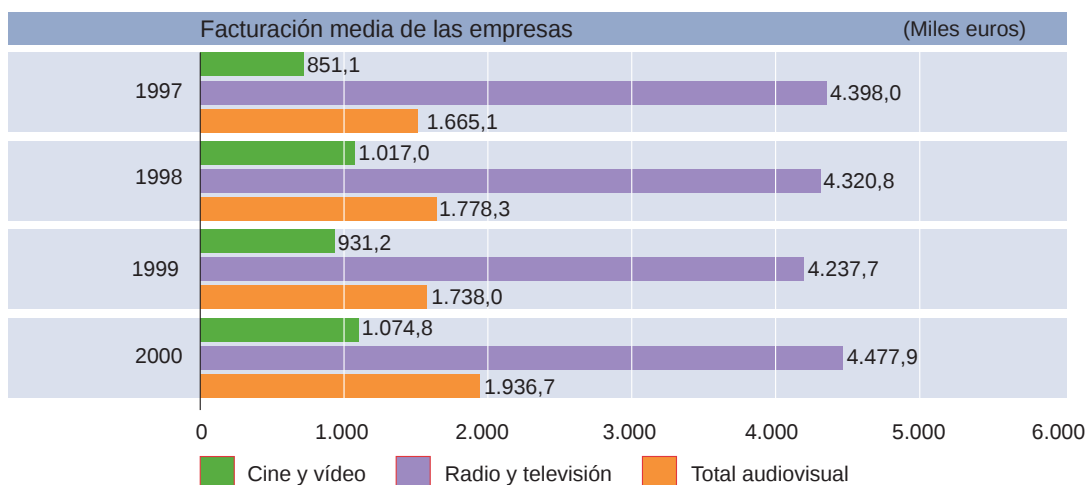
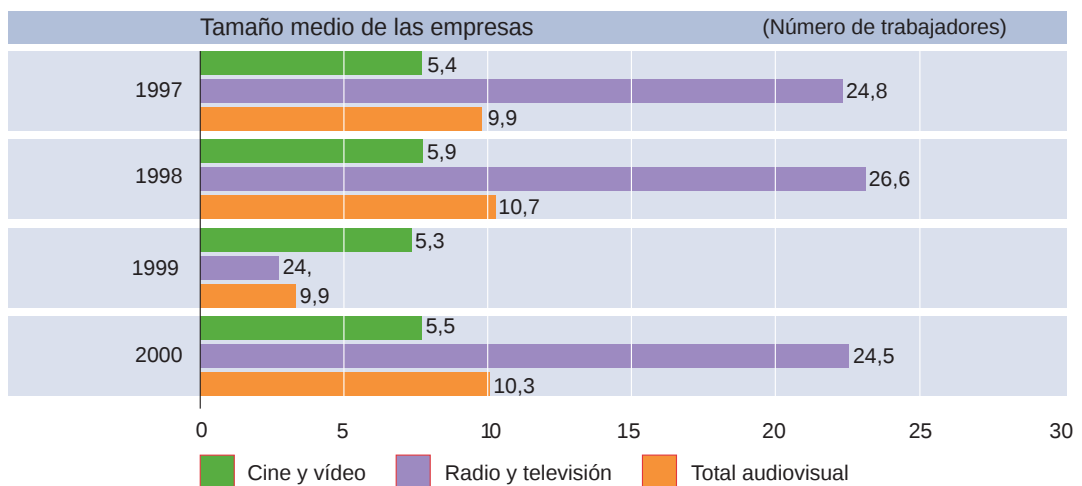
Fuente: Statistics on Audiovisual Service



Principales ratios del sector audiovisual europeo por subsectores

(gráfico 2.2)

Fuente: Statistics on Audiovisual Service



Con todo, y de acuerdo a la mencionada fuente (Statistics on Audiovisual Services) la Europa de los 15 presenta una evolución más contenida que la que ha experimentado el sector en Estados Unidos, donde en el mismo período de referencia la facturación ha crecido un +68%, frente a un +46% en EU-15, y mantiene su condición de hegemonía en el mercado europeo.

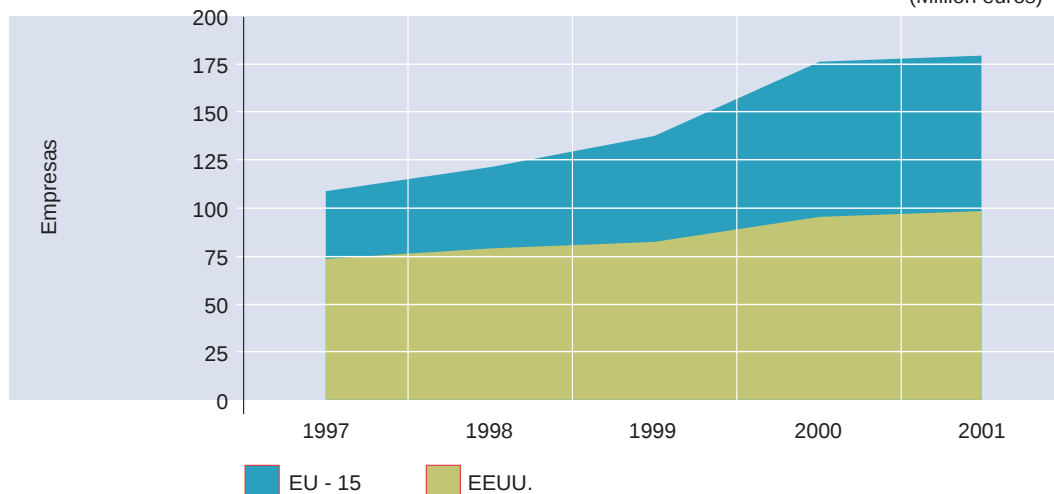
En términos de gasto per cápita, en EU-15 el gasto anual es de 259 euros frente a 638 euros en Estados Unidos.

Entre las limitaciones a la expansión del sector audiovisual europeo que se suelen mencionarse destaca la que alude a la fragmentación lingüística la cual supone una fragmentación de mercados y una dificultad para la circulación de las producciones.

Evolución de la facturación de servicios audiovisuales. EU-15 y EE.UU. (gráfico 2.3)

Fuente: Statistics on Audiovisual Service

(Million euros)



2.1.1 Producción cinematográfica

Representa el 55% de las empresas, el 24,5% de la facturación y el 26% del empleo.

Como ya se ha comentado, la facturación cinematográfica en 2000 ascendía según la estadísticas Statistics on Audiovisual Services a un total de 25.500 millones de euros, lo que suponía el 24,5% de la facturación del sector, y un empleo total de 146.000 personas.

Esta subactividad destaca por la concentración del número de empresas en cinco países. Estos son Alemania, Francia, España, Italia y Reino Unido donde se localizan el 70% de las empresas dedicadas a la producción cinematográfica.

En términos de facturación, la concentración es incluso mayor y la relativa a estos países alcanza el 88% de la facturación total del sector europeo.

Distribución de la producción cinematográfica según principales países europeos. CNAE 92.1

(cuadro 2.2)

Fuente: Statistics on Audiovisual Services

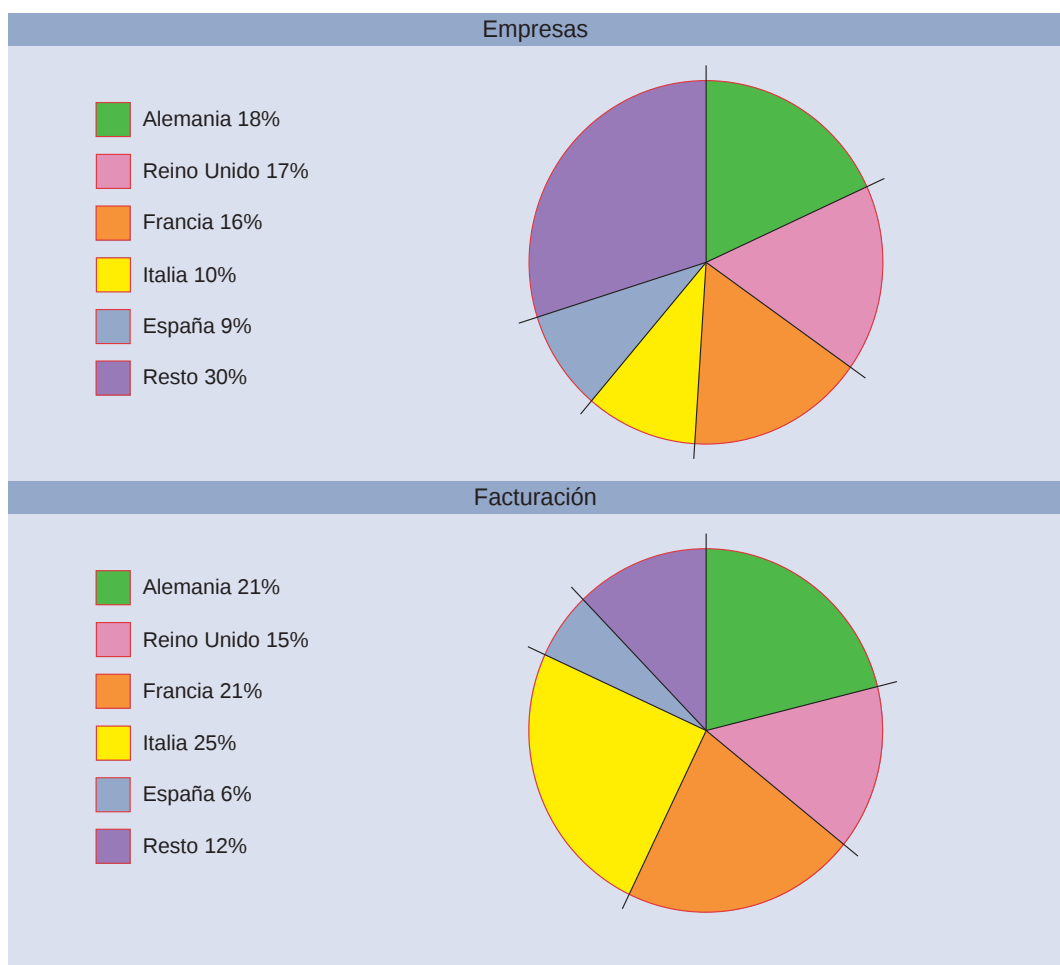
(millones de euros)

País	2000				
	Número de empresas		Facturación		Fact/empresa
	Total	%	Total	%	
Alemania	5.352	18,2	5.355	21,0	1,001
Francia	4.725	16,1	5.424	21,3	1,148
España	2.769	9,4	1.529	6,0	0,552
Italia	3.025	10,3	6.454	25,3	2,134
Reino Unido	4.937	16,8	3.741	14,7	0,758
Subtotal	20.808	70,8	22.503	88,2	
Total EU-15	29.400	100,0	25.500	100,0	0,867

Distribución de la producción cinematográfica según principales países. 2000. EU-15

(gráfico 2.4)

Fuente: Statistics on Audiovisual Service



El mayor ratio de facturación por empresa lo registra Italia (2.134 miles €/empresa), mientras España se sitúa a la cola de estos 5 países (552 miles €/empresa).

El número de películas producidas en Europa asciende a 628 en el año 2000, lo que supone un crecimiento del 12,7% desde el año 1997. Por países, Francia es el mayor productor de cine, concentrando el 30% de las películas producidas en Europa, si bien destaca el crecimiento en los últimos años de la producción de películas en Alemania y España.

Como fenómenos recientes relacionados con la producción cinematográfica hay que destacar:

- La diversificación de los soportes utilizados para la distribución cinematográfica. Entre éstos cabe mencionar el vídeo, el dvd y el aumento de los canales de televisión tanto generalistas (en televisión comercial terrestre, por cable y por satélite), como temáticos y de pago. Según la Estadística de servicios audiovisuales, los ingresos de las películas por distribución en vídeo y dvd empiezan a representar más de la mitad de los ingresos totales. Se menciona que en 2001 la recaudación en Europa por exhibición (cine+vídeo+DVD) fue de 14 millones de euros de los cuales el 41% corresponde a vídeo, el 37% a taquilla y el 22% a DVD.

- Aumento de producción cinematográfica de animación por ordenador.

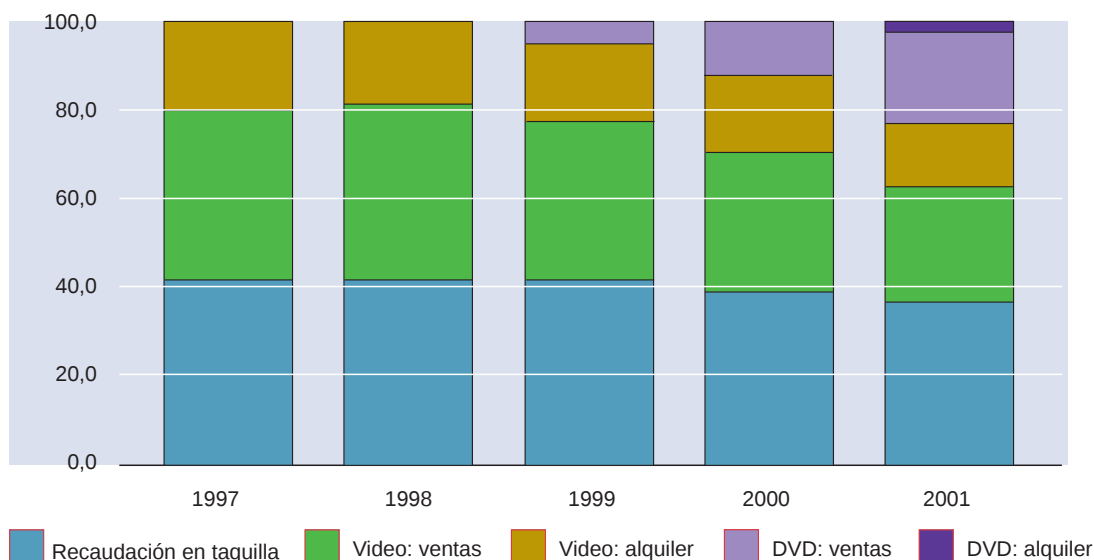
- Predominio de pequeñas productoras de las cuales el 80% sólo produce una película al año.

- Aumento de la coproducción gracias a las subvenciones y ayudas existentes (programa Mediall).

- Un aumento de la afluencia del público al menos hasta 2002. La asistencia anual para la EU-15 es de 2,5 veces/año por habitante (5,7 veces en EE.UU.). En términos de gasto, el promedio anual por habitante es de 13,7 euros. Sin embargo se reconoce que esta afluencia tiene una clara orientación hacia producciones estadounidenses frente a europeas.

Distribución de la facturación cinematográfica según modo de distribución. (gráfico 2.5) EU-15. 1997-2001

Fuente: Statistics on Audiovisual Service



2.1.2 Radio y Televisión

Representan el 59% de la facturación y el 60% del empleo aunque sólo suponen el 25% de las empresas.

Las productoras de radio y televisión europeas, a pesar de ser minoría en número de empresas (25%), concentran a la mayor parte de los empleados del sector (60%) y alcanzan unas cifras de facturación también superiores (58,5% del total).

Al igual que sucedía en la producción cinematográfica, es un subsector de actividad bastante concentrado. El mayor número de empresas de radio y televisión se localizan en el Reino Unido e Italia con 3.606 (27%) y 2.695 empresas (20%), respectivamente.

En términos de facturación, crece la importancia del Reino Unido y también de Francia, país éste último que registra un mayor ratio de facturación por empresa, con 7,7 millones € (3 millones € por encima de la media europea y 4 millones € por encima de la media española).

Distribución de la producción de radio-televisión según principales países europeos. CNAE 92.2

(cuadro 2.3)

Fuente: Statistics on Audiovisual Services

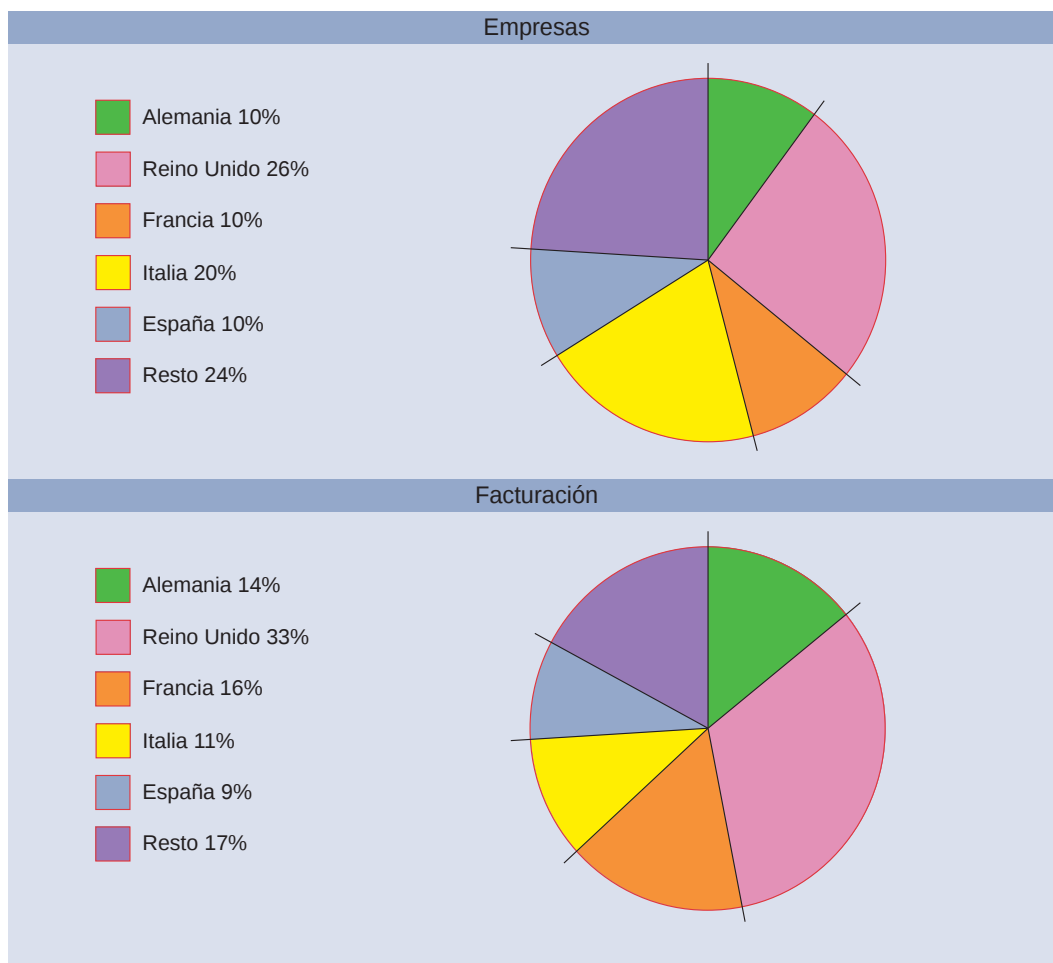
(millones de euros)

País	2000				
	Número de empresas		Facturación		Fact/empresa
	Total	%	Total	%	
Alemania	1.258	9,5	8.614	14,1	6,847
Francia	1.265	9,5	9.803	16,1	7,749
España	1.336	10,0	5.223	8,6	3,909
Italia	2.695	20,3	6.635	10,9	2,462
Reino Unido	3.606	27,1	20.457	33,6	5,673
Subtotal	10.160	76,4	50.732	83,3	
Total EU-15	13.300	100,0	60.900	100,0	4,579

Distribución de la producción radio-televisiva según principales países. 2000. EU-15.

(gráfico 2.6)

Fuente: Statistics on Audiovisual Service



El mercado de la televisión tanto terrestre como por cable y satélite, está aumentando, con un mayor dinamismo de la televisión privada que de la pública, en una proporción de 56%-44%.

El principal factor de crecimiento de las televisiones ha sido el aumento de los ingresos por publicidad y patrocinación. Si en 1990 el gasto total en EU-15 en publicidad era de 45.354 millones de euros², en 2001 la cifra se estima en 94.978 millones de euros (+109%). De éstos, 25.370 millones de euros (27%) corresponden a publicidad en TV y 4% a radio.

Es un subsector que, a diferencia, del de la producción cinematográfica, sí presenta grupos grandes, en gran medida consecuencia de los orígenes de la producción televisiva muy vinculada con los poderes públicos. Así, entre las televisiones públicas, las cuatro más grandes concentran el 75% de la facturación pública (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia) y entre las privadas, las cinco más grandes concentran el 89% de la facturación privada. BBC, RAI, British Sky Broadcasting, ProSiebenSat.1 Media y RTL Televisión son las cinco empresas líderes.

(2) European Commission, Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services. Data 1980-2002

La expansión del mercado está acompañada también por un entorno cambiante, cada vez más complejo y presidido por la introducción de la televisión digital y el apagón analógico. En este sentido la Comisión reconoce la importancia que tiene el desarrollo e implantación de los servicios avanzados de televisión y de televisión de alta definición.

De momento, el nivel de implantación en los hogares de la televisión digital en 2004 era del 14%, aunque con grandes diferencias según países. Así, Reino Unido sería el país con mayor implantación (42%) mientras en España el porcentaje se sitúa en un 12%, similar al dato de Europa (14%).

La Televisión Digital en Europa. 2004

(cuadro 2.4)

Fuente: Comisión Europea

(% s/total hogares)

País	Hogares con TV digital
Alemania	1%
Francia	17%
España	12%
Italia	11%
Reino Unido	42%
Portugal	3%
Total EU-15	14%

2.1.3 Otros soportes y desarrollos

Proliferación y aumento de la importancia de los nuevos medios de distribución audiovisual

Existen otros soportes relacionados con el desarrollo de nuevas tecnologías y la sociedad de la información cuyo uso entre los hogares y empresas tiene diferentes niveles de penetración pero que a futuro están llamados a ser también nuevas oportunidades para las empresas del sector audiovisual europeo.

-Internet, medio cuyo uso crece cada vez más por una parte importante de la población europea. En 2006, la mayoría de los hogares y empresas europeas disponen de banda ancha (el 62,1% y el 74,5% respectivamente), y casi la mitad (el 46,7%) asegura ser un usuario habitual de la red. Por países, España se sitúa por encima en cuanto a grado de equipamiento, si bien en usuarios se encuentra por debajo.

Grado de utilización de internet en los principales países europeos. 2006

(cuadro 2.5)

Fuente: Statistics on Audiovisual Services

	Alemania	España	Italia	Reino Unido	Francia	Total EU-25
Hogares c/banda ancha	50,0	75,0	40,5	70,1	73,9	62,1
Empresas c/banda ancha	73,1	87,1	69,6	77,4	86,5	74,5
Usuarios regulares	59,3	39,5	30,8	56,8	39,3	46,7

Uso de internet en los principales países europeos. 2006

(cuadro 2.6)

Fuente: Statistics on Audiovisual Services

	Alemania	España	Italia	Reino Unido	Francia	Total EU-25
Envío e-mails	60,2	36,7	29,1	52,8	34,2	43,8
Búsqueda de información	59,9	37,9	23,2	55,2	36,0	42,9
Llamada o videoconferencia	10,4	6,3	3,3	6,7	4,9	7,1
Descargas juegos y música	18,3	23,0	10,5	24,5	9,3	18,2
Oír radio/ver TV	11,8	24,3(*)	5,3	15,2	10,3	11,8
Leer periódico	18,9	21,1(**)	12,8	23,3	9,5	19,0
Banca electrónica	31,7	15,1	8,9	27,8	18,1	22,0

(*) Dato del año 2005 (**) Dato del año 2004

-Si se analiza el uso que se le da a internet en Europa, hay ciertas actividades consolidadas ya entre la gente como el envío de e-mails y la búsqueda de información. Sin embargo, oír la radio, ver la televisión o leer el periódico a través de internet son hábitos menos extendidos y a los que, sin embargo, se les augura un crecimiento importante entre la población y que podrían ser valorados entre las empresas del sector como nuevas oportunidades de crecimiento.

-La telefonía móvil aparece como otro soporte importante para el desarrollo de la industria de contenidos. Su penetración es generalizada.

-El comercio electrónico entendido como cualquier forma de transacción o intercambio comercial y en el que existe también indicaciones de fomento y desarrollo y donde el tema de la seguridad aparece como elemento clave para su expansión.

-Los videos-juegos cuyo mercado está experimentando un importante desarrollo y que seguirá en el futuro. En 2001 se calcula que el mercado de videos-juegos suponía en torno a los 11 millones de euros. Se habla de una tendencia a la consolidación con un pequeño número de agentes actuando.

2.2. Normativa europea del sector audiovisual**Apoyo a la producción propia de contenidos y su distribución en el mercado único**

La normativa europea en el ámbito del sector audiovisual se centra básicamente en 2 pilares:

- Televisión sin fronteras:

La Directiva TSF, enmarcada dentro de la legislación audiovisual europea, nace en 1989 con dos objetivos principales: la libre circulación de programas de televisión dentro del mercado único y la obligación de que las cadenas de televisión europeas dediquen al menos la mitad de su tiempo a obras europeas.

Igualmente trata de que se preserven algunos aspectos como la diversidad cultural, el derecho de réplica y la protección de los consumidores y de los menores.

En estos momentos se está negociando una actualización de la normativa que tenga en cuenta los cambios tecnológicos que está sufriendo el sector. Entre los objetivos de esta revisión se encuentran los siguientes:

-Incluir nuevos servicios aplicando las nuevas tecnologías: el vídeo a la carta, servicios a través de internet, a través de teléfonos móviles.

- Permitir mayor flexibilidad de horarios y contenidos.
- Permitir la publicidad indirecta.

El nuevo se prevé que se apruebe a lo largo del 2007.

- Media 2007

Los programas Media comenzaron en el año 1990 y se han ido revisando hasta llegar al Media 2007 cuya aplicación abarca el periodo 2007-2013.

El programa Media 2007 intenta apoyar a través de diversas medidas el sector audiovisual europeo, tratando de que existan suficientes producciones europeas que permitan aplicar la Directiva TSF. Con el objetivo de que la producción europea sea más competitiva a nivel mundial, presta ayuda financiera a las empresas audiovisuales.

A diferencia de los anteriores programas media, el Media 2007 reconoce la introducción en el sector de la tecnología digital y la ampliación de la Unión Europea de 15 a 27 miembros. De esta manera, las ayudas del programa Media 2007 van a tratar de impulsar los siguientes aspectos:

- Dar importancia al proceso creativo del sector audiovisual.
- Mejorar la producción de las empresas de menor tamaño para hacerlas más competitivas.
- Apoyar la producción audiovisual de los países con mayores problemas.
- Apoyar el proceso de digitalización.

3:: EL SECTOR AUDIOVISUAL EN ESPAÑA

3.1 Principales magnitudes

Expansión más fuerte en términos de empresas y facturación que de empleo

España participa de la expansión del sector audiovisual europeo. Referido al número de empresas audiovisuales, éstas han crecido un 30% en el periodo 2000-2004 hasta alcanzar la cifra de 7.174 en 2004. En cuanto al número de agencias de noticias también ha registrado un crecimiento en el período aunque más contenido. Se ha pasado de 97 a 102 empresas lo que supone un aumento del +5%.

En 2004 el sector audiovisual tenía 7.174 empleados y una facturación de 10.524,8 millones de euros. Ambos indicadores han aumentado también durante este periodo (+25% y +16% respectivamente) aunque comparativamente lo hacen menos que el número de empresas.

Evolución de las principales magnitudes en el sector audiovisual de España por subsectores

(cuadro 3.1)

Fuente: N° empresas (DIRCE). Facturación y empleados (Encuesta de Servicios)

Actividad	2000	2002	2004	% 04/00
Número de empresas				
Sector audiovisual (CNAE 921+922)	5.510	6.226	7.174	30,2
Agencia de noticias	97	122	102	5,2
Facturación (millón euros)				
Sector audiovisual (CNAE 921+922)	8.394,2	9.700,4	10.524,8	25,4
Agencia de noticias	n.d.	n.d.	220,459	n.d.
Número de ocupados (miles personas)				
Sector audiovisual (CNAE 921+922)	61.186	68.252	70.845	15,8
Agencia de noticias (*)	n.d.	n.d.	89.387	n.d.

Predominio de las actividades de radio y televisión

Dentro del sector audiovisual, las actividades de radio y televisión (CNAE 92.2) con una facturación de 6.659 millones de euros representan el 63,3% de la facturación total (58,6% en Europa) mientras el 36,7% restante corresponde a actividades de cine y vídeo (CNAE 92.1) con una facturación particular de 3.865,8 millones de euros. En términos de evolución, el incremento en el período ha sido bastante similar en ambas subactividades.

Evolución de la facturación del sector audiovisual por subactividad

(cuadro 3.2)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años

Actividad	2000	2001	2002	2003	2004
Total actividades cine y vídeo, radio y televisión	8.394.238	9.104.213	9.700.404	9.396.252	10.524.813
Subtotal de actividades de cine y vídeo	3.065.034	3.569.402	3.643.712	3.637.147	3.865.807
Prod. películas publicitarias y corporativas	5,9%	5,6%	4,4%	4,8%	5,2%
Prod. películas cinematográficas	3,6%	3,6%	3,2%	2,7%	2,8%
Prod. obras de TV, películas de vídeo y otras producciones	3,6%	3,6%	3,4%	3,4%	3,7%
Servicios técnicos y auxiliares relativos a la producción	3,6%	2,9%	2,5%	2,8%	1,6%
Total producción	16,7%	15,7%	13,5%	13,7%	13,3%
Distribución de cine y vídeo	12,1%	15,8%	15,6%	16,7%	15,4%
Exhibición de películas cinematográficas	7,8%	7,9%	8,5%	8,3%	8,1%
Subtotal de actividades cine-video	36,6%	39,4%	37,6%	38,7%	36,8%
Subtotal de actividades de radio y televisión	5.329.204	5.534.811	6.056.693	5.759.105	6.659.006
Producción de programas corrientes de televisión para terceros	8,3%	6,4%	6,5%	5,5%	3,4%
Servicios de radio y televisión	53,4%	52,4%	51,6%	50,9%	53,5%
Otras actividades ordinarias	1,7%	2,0%	4,3%	5,0%	6,4%
Subtotal de actividades radio-tv	63,4%	60,8%	62,4%	61,4%	63,3%
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

En términos de evolución, la subactividad de servicios de radio y televisión es la mayoritaria y también la que más ha crecido (de 4.483 millones de euros a 5.631 millones) y en 2004 recupera su importancia (53,5%) tras un período de ligero descenso.

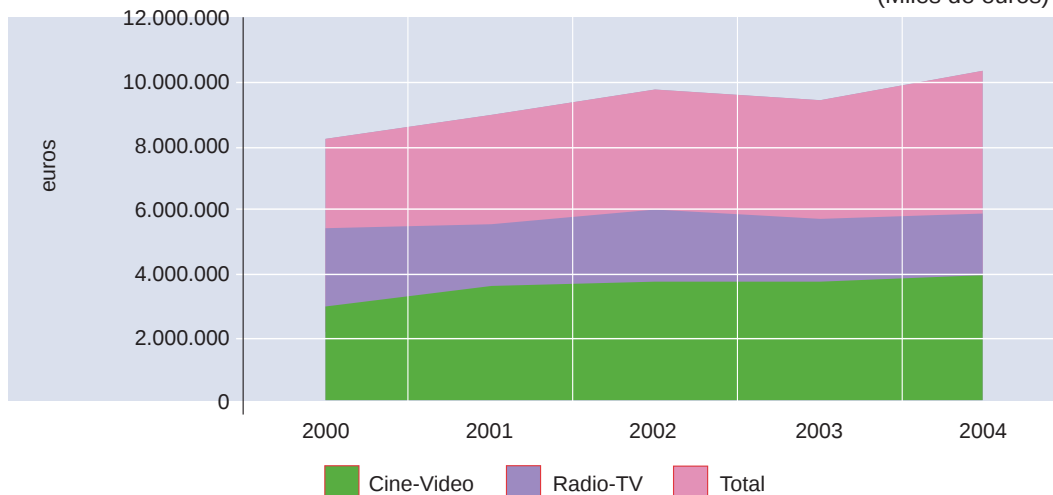
Dentro de las actividades de cine, aunque su peso en el sector se mantiene, la composición de las distintas actividades ha variado de manera que la producción evoluciona a la baja (de un 17% a un 13%) para aumentar la distribución (de un 12% a un 15%).

Evolución de la facturación en el sector audiovisual español

(gráfico 3.1)

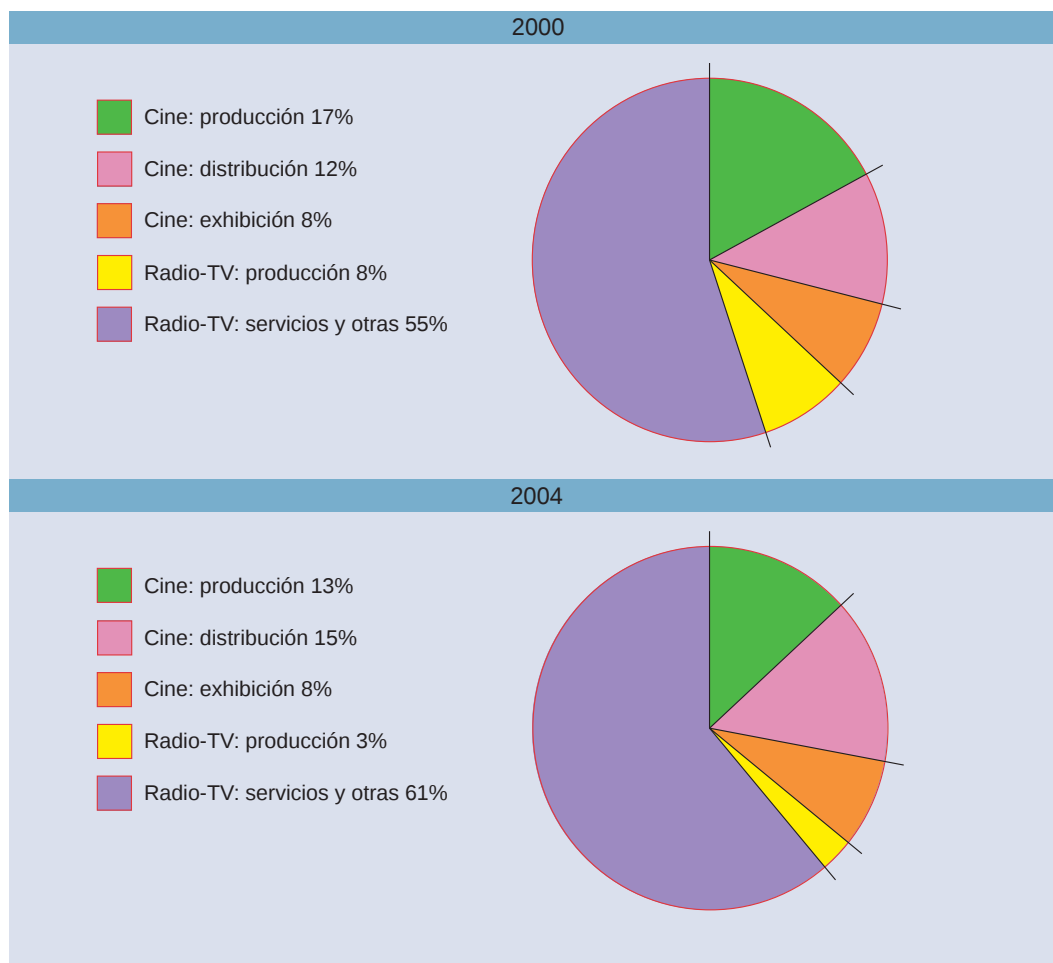
Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años

(Miles de euros)

**Distribución de la facturación del sector audiovisual según subactividad. CNAE 92.1 y 92.2 2000-2004.**

(gráfico 3.2)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años



Estabilidad en el tamaño medio y facturación media de las empresas

En cuanto al tamaño, el sector audiovisual español se caracteriza por un tamaño pequeño de empresa, con un promedio de 9,9 empleados, bastante parecido al tamaño medio observado para el conjunto de Europa (10,3 empleados). Desde una perspectiva temporal el tamaño medio se ha reducido en el último cuatrienio, pasando de 11,1 empleados a los 9,9 actuales.

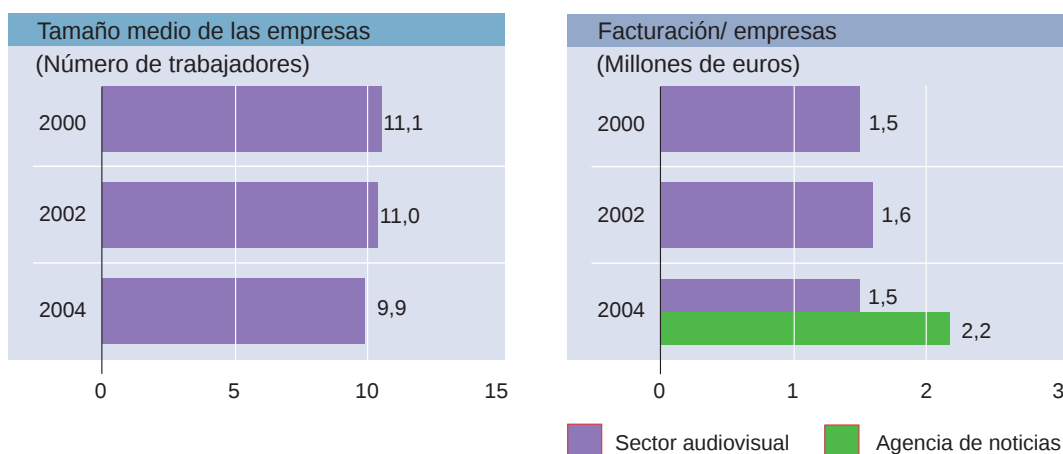
En cuanto a la facturación media por empresa se mantiene bastante estable en el período y se sitúa en torno al 1,5 millones de euros, lo que supone un promedio ligeramente inferior al que resultaba para la EU-15 (1,9 millones euros).

El único dato disponible relativo a las agencias de noticias en términos de facturación pone de manifiesto una facturación media de 2,2 millones euros/empresa).

Principales ratios de las empresas del sector audiovisual (921+922)

(gráfico 3.3)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años



Aunque no todas las empresas participan de esta circunstancia, sobre todo productoras pequeñas, el audiovisual es un sector que reconoce su necesidad de realizar continuas inversiones en activos para poder adaptarse a las nuevas tecnologías que salen al mercado.

A este respecto, las cifras en el año 2000 sí mostraban una inversión en activos materiales superior a la media del sector servicios, en una relación de 1,3. En cifras absolutas el promedio de inversión por empleo era en el sector audiovisual de 10.587,7 euros frente a 8.301 euros para el conjunto del sector servicios.

Sin embargo, en 2004, esta relación cambia al reducir bruscamente el sector audiovisual su inversión media (3.737,6 euros por empleo) y no hacerlo, sin embargo, el sector servicios, que se mantiene más estable (8.432 euros).

Evolución de la Inversión por empleo en Activos Materiales del sector audiovisual español

(cuadro 3.3)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años

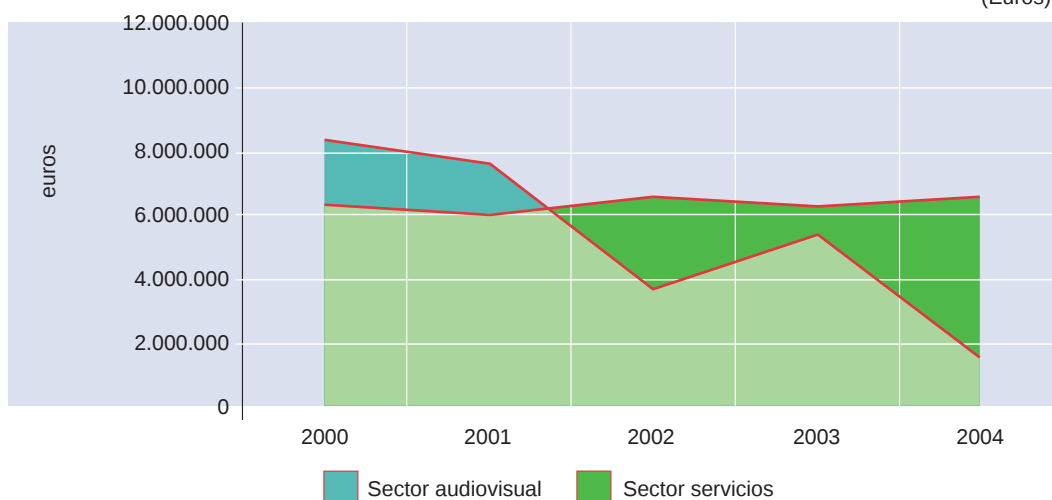
Año	Sector Audiovisuales (921,922)	Sector Servicios	Relación Audiovisual/Servicios
2000	10.587,75	8.301,4	1,28
2001	9.395,4	8.107,3	1,16
2002	5.806,1	8.502,1	0,68
2003	6.974,9	8.326,8	0,84
2004	3.737,6	8.431,9	0,44

Evolución de la inversión en el sector audiovisual español

(gráfico 3.4)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años

(Euros)

**3.2. El sector cinematográfico y de vídeo en España****3.2.1. Principales magnitudes****Dinamismo reciente del sector cinematográfico más importante en términos de empresas que de facturación y empleo**

De la misma manera que en Europa, también en España las empresas de cine y vídeo son las más numerosas del sector (75%) aunque su peso es menor en términos de empleados (42%) y de volumen de negocio (37%).

En 2004, este sector se concreta en 5.504 empresas que dan empleo a 30.064 personas y una facturación de 3.929 millones de euros. Se trata de una actividad que ha crecido durante el periodo 2000-2004, siendo mayor este índice en términos de empresas (+36%) que de empleados (+24%) y facturación (+14%). Desde el punto de vista geográfico, es un sector con importante concentración en Madrid y Cataluña.

Esta mayor expansión del número de empresas que de la facturación hace que la facturación media por empresa se reduzca ligeramente respecto a la del año 2000, pasando de los 785.000 euros de entonces a los 713.800 del año 2004. En ambos casos, se trata de un promedio sensiblemente inferior al del conjunto del sector que, en 2004, era de 1.500.000 euros.

Evolución de las principales magnitudes en el sector del cine y vídeo (CNAE 921) de España por subsector

(cuadro 3.4)

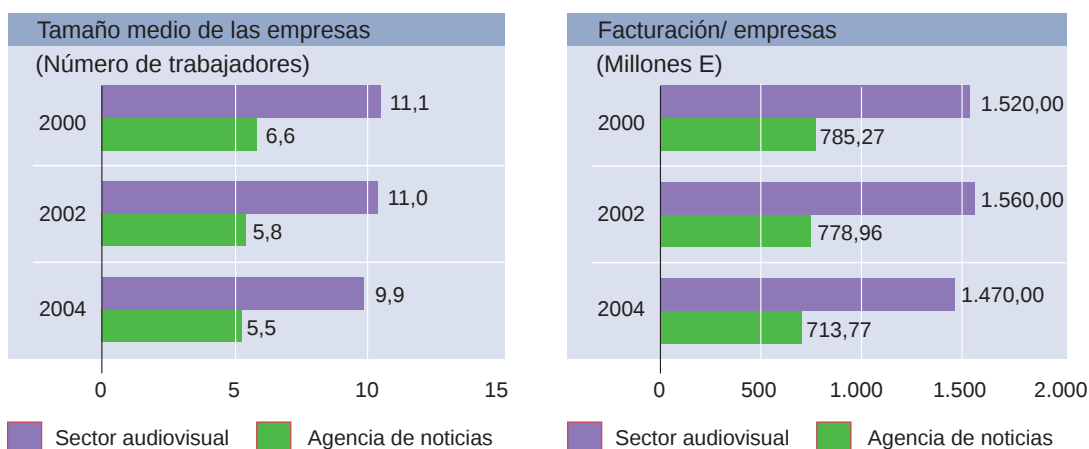
Fuente: Nº empresas (DIRCE). Facturación y empleados (Encuesta de Servicios)

Año	Número de empresas		Facturación (millón euros)		Número ocupados	
	Nº	% s/total sector audiovisual	Nº	% s/total sector audiovisual	Nº	% s/total sector audiovisual
2000	4.039	75,0	3.171,730	37,8	26.458	43,2
2002	4.827	77,5	3.760,047	38,8	27.859	40,8
2004	5.504	76,7	3.928,630	37,3	30.064	42,4
% 04-00	36,3%		23,9%		13,6%	
%Total sector	30,2%		25,4%		15,8	

Principales ratios de las empresas del subsector de cine-vídeo

(gráfico 3.5)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años



En cuanto al tamaño de las empresas, éstas se caracterizan por tener un tamaño medio todavía más pequeño que el del conjunto del sector. Frente a los 9,9 empleados de media del sector audiovisual, las empresas del sector de cine y vídeo tienen un tamaño medio de 5,5 empleados. De hecho el 77% de las empresas cuentan con 2 o menos empleados. Por tanto, sector atomizado, con estructuras empresariales débiles y, en muchos casos, con actividad discontinua.

3.2.2 Las actividades cinematográficas

Frente a la producción y la exhibición, la distribución de películas es entre las actividades cinematográficas la más importante, y además al alza.

Dentro de las actividades cinematográficas se distinguen tres tipos de subactividades: la producción propiamente dicha, la distribución y la exhibición.

Distribución

La actividad más importante es la distribución que, en 2004 con un volumen de negocio de 1.621 millones de euros, representa el 42% de la facturación de cine y vídeo, aunque referido al conjunto del sector audiovisual supone un 15%. Se trata, además, de una subactividad, que ha aumentado su peso en el conjunto del sector respecto a 2000 y en el que hay un importante predominio de la industria estadounidense. En 2001, se calculaba que, en España, el 72% de la recaudación conseguida en taquillas de cine, se concentraba en 6 "majors" estadounidenses.

Producción

Aumenta la producción de películas publicitarias y corporativas que se mantienen como el primer y principal tipo de películas

La producción de películas propiamente dicha (bien sean publicitarias, cinematográficas, para tv o vídeo, etc.) sumó en 2004 una cifra de 1.394 millones de euros lo que representa el 36% de la facturación de la CNAE 92.1 y el 13,3% referido al conjunto del sector audiovisual.

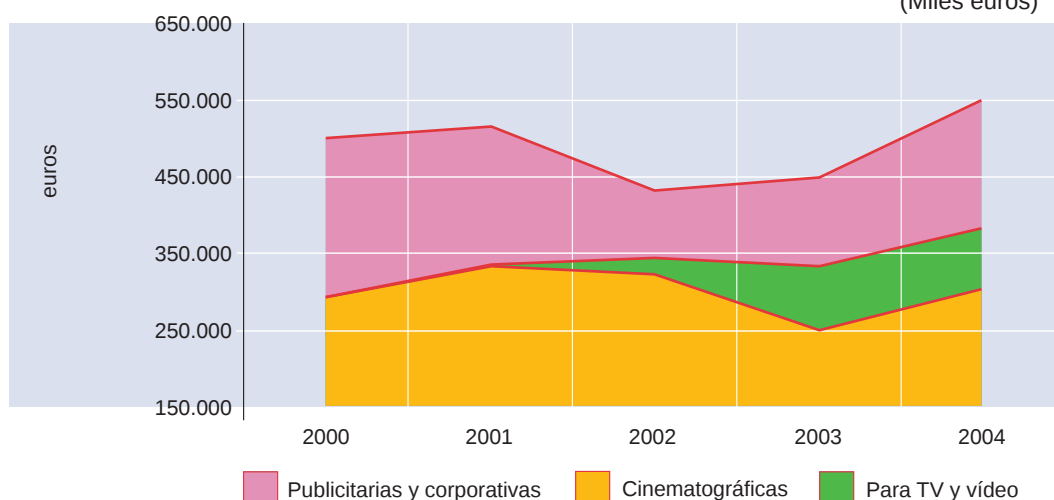
Es una cifra prácticamente similar a la de 2000 por lo que, en el periodo considerado, esta subactividad pierde peso en la facturación total del sector de forma que si en 2000 representaba casi un 17%, en 2004 su peso es el mencionado 13%.

Evolución de la facturación de la producción de películas en España

(gráfico 3.6)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años

(Miles euros)



Dentro de esta producción cinematográfica, la producción de películas publicitarias y corporativas es el primer tipo de película producida y su peso sobre las otras producciones aumenta en el periodo, pasando de un 37% a un 39% en términos de facturación. En cifras absolutas, la producción de películas publicitarias en 2004 generó un volumen de negocio de 551 millones de euros.

Destaca igualmente el avance en estos cuatro años de la producción para TV y Vídeo que constituye el segundo tipo de películas más producidas. En 2004 su facturación fue de 385 millones de euros y ha pasado de suponer un 21% en el año 2000 a un 28% en el año 2004.

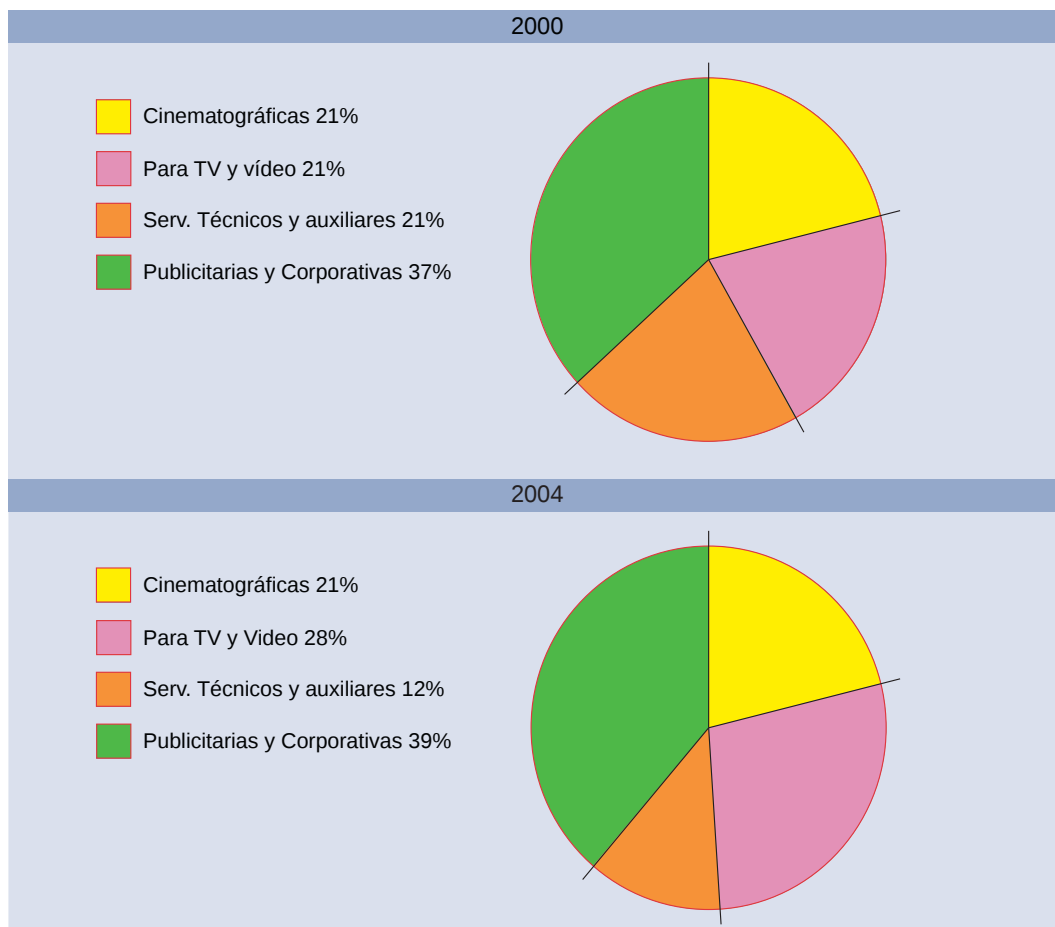
En cuanto al peso de las producciones cinematográficas, con una facturación de 292,7 millones de euros, su importancia se mantiene estable (21%) mientras que los servicios técnicos y audiovisuales reducen su volumen de negocio y en consecuencia disminuye su peso en 9 puntos (del 21% al 12%).

Ahora bien, atendiendo a los títulos producidos hay que señalar que desde la década de los 90 hasta hoy, la producción cinematográfica en España ha crecido de manera muy importante. El número de títulos producidos se ha duplicado desde el año 1991 pasando de una cifra de 147 (de los cuales el 43,5% son largometrajes) hasta los 303 realizados en el año 2005 (46,9% largometrajes).

Distribución de la facturación de la producción cinematográfica según el tipo de película. 2000-2004

(gráfico 3.7)

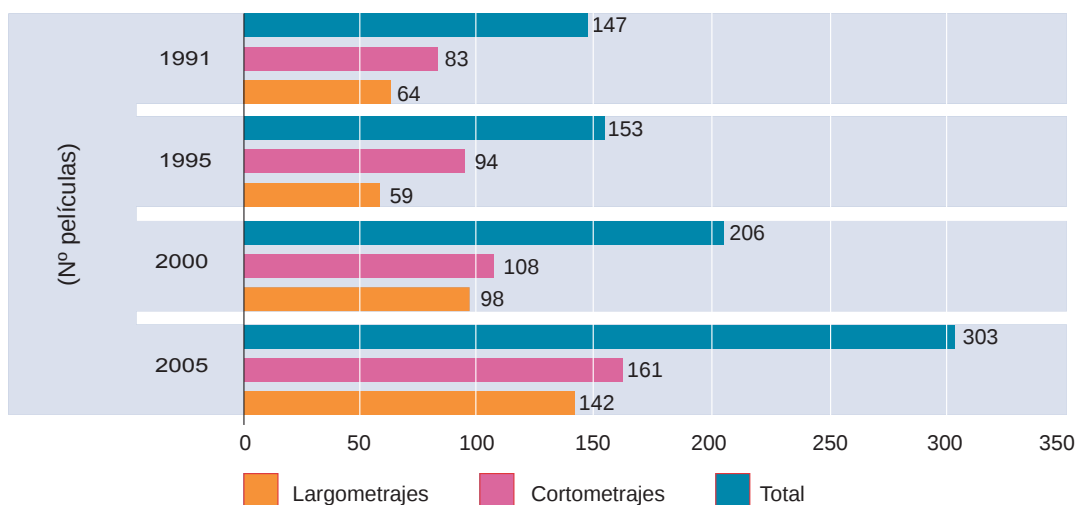
Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años



Evolución de la producción cinematográfica en España

(gráfico 3.8)

Fuente: ICAA, Estadística de la Cinematografía



Exhibición

Predominio de la producción extranjera que concentra casi el 87% de la recaudación en taquilla

La exhibición generó un volumen de negocio en 2005 de 849,7 millones de euros que representa el 8% del total del sector audiovisual. La oferta de pantallas en 2004 ascendía a 4.390.

Desde la perspectiva de la demanda, la afluencia al cine presenta una evolución anual irregular aunque puede decirse que se mantiene en España en un orden de magnitud entre los 135 millones de espectadores (año 2000) y los casi 147 millones (2001). Referido a 2004 la afluencia fue de 144 millones de espectadores con una recaudación total de 691,6 millones de euros.

Ahora bien, tanto la afluencia como la recaudación es muy dispar según se trate de una producción española o extranjera. En este sentido, el dominio de la producción extranjera es evidente, concentrando casi el 87% de la recaudación y de los espectadores.

Evolución del mercado cinematográfico en España. 2000-2004

(cuadro 3.5)

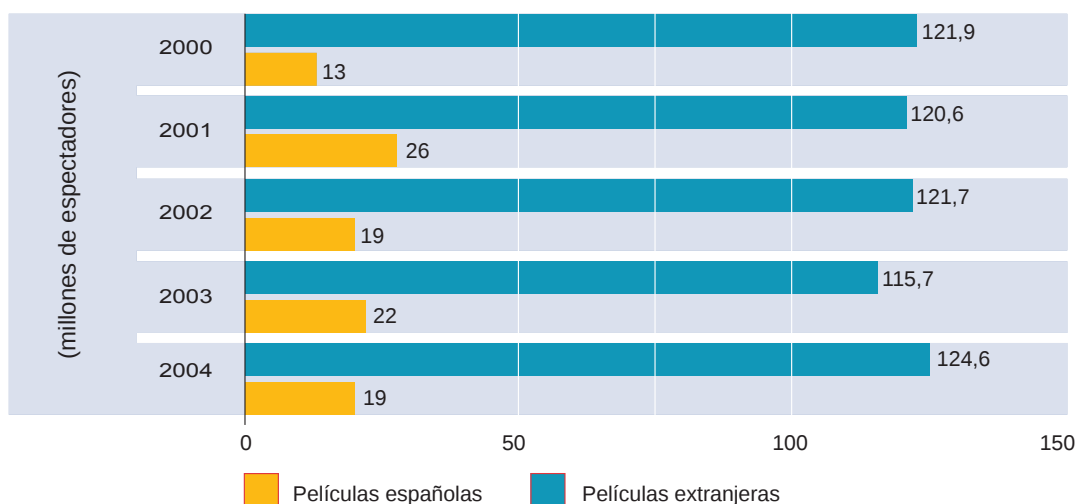
Fuente: Ministerio de Cultura

Actividad	2000	2001	2002	2003	2004
Nº cines	1.298	1.254	1.223	1.194	1.126
Nº pantallas	3.500	3.770	4.039	4.253	4.390
Películas exhibidas	1.718	1.831	1.877	1.916	1.795
Recaudación (millones euros)	536,33	616,42	625,90	639,43	691,60
Películas españolas	53,74	111,18	85,47	100,86	92,87
Películas extranjeras	482,58	506,24	540,43	538,57	598,73
Espectadores (millones)	135,3	146,8	140,71	137,47	143,93
Películas españolas	13,4	26,2	19,01	21,73	19,28
Películas extranjeras	121,9	120,6	121,70	115,74	124,64

Evolución de los espectadores según origen de la película

(gráfico 3.8)

Fuente: ICAA, Estadística de la Cinematografía



3.2.3 Sector videográfico

Irrupción del DVD que a diferencia del video se orienta más a la venta que al alquiler

En 2004, la facturación de las empresas videográficas se sitúa en los 404 millones de euros frente a los 310 de 2001 (+30%). En cifras de ventas, éstas ascendieron en 2004 a 292,6 millones ahora bien, mientras los vídeos VHS, tanto en lo relativo a títulos editados, gasto de consumidores, etc. presentan una evolución a la baja, el DVD experimenta una evolución positiva.

Según datos del INE, en 2006 el 72% de los hogares españoles contaba con vídeo y el 71,6% con DVD, equipamiento éste último que registra el máximo índice de crecimiento, 8,7 puntos porcentuales respecto al año anterior, y del que se espera que continúe su expansión como equipamiento en los hogares españoles.

Entre el mercado de alquiler o de compra de DVD, las expectativas se orientan más hacia una preferencia de los consumidores por la compra. Si bien hasta mediados de los 90 el mercado de alquiler (entonces de videos), superaba el de compras, a partir de esa fecha y con los DVD, la tendencia se invierte.

En términos de edición, en 2001 se pusieron a la venta 1.830 títulos diferentes de DVD por cada país de la EU. En España, según la Unión Videográfica ese año se vendieron un total de 6,8 millones de copias con un gasto de 133,7 millones³. La venta de películas en DVD supone casi la mitad de las ventas.

3.3. La radio y televisión en España

3.3.1 Principales magnitudes

Es el subsector audiovisual más importante concentrando el 58% del empleo y el 63% de la facturación.

En el año 2004, el subsector de la radio y la televisión (CNAE 92.2) en España lo conformaban un total de 1.670 empresas con una facturación de 6.596 millones de € y un empleo de 40.781 personas. Aunque sólo representa el 23% de las empresas del sector audiovisual, su importancia crece al considerar el empleo (58%) y, sobre todo, la facturación (63%).

Se trata de un subsector que experimenta una evolución creciente en los últimos años, más importante al considerar la facturación (+26%) que el empleo (+17%), aunque en ambos indicadores, crece por encima del subsector de cine y vídeo. Es un subsector que, sin embargo, se muestra menos expansivo en cuanto a la creación de nuevas empresas.

Como consecuencia de esta evolución, la facturación media por empresa se sitúa en 2004 en 3,95 millones de euros, cifra muy similar la obtenida en 2000 (3,91).

(2) Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras. Informes Sectoriales de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Servicios Audiovisuales. Nº 59. 2002.

Evolución de las principales magnitudes en el sector de la radio y TV (CNAE 922) de España

(cuadro 3.6)

Fuente: N° empresas (DIRCE). Facturación y empleados (Encuesta de Servicios)

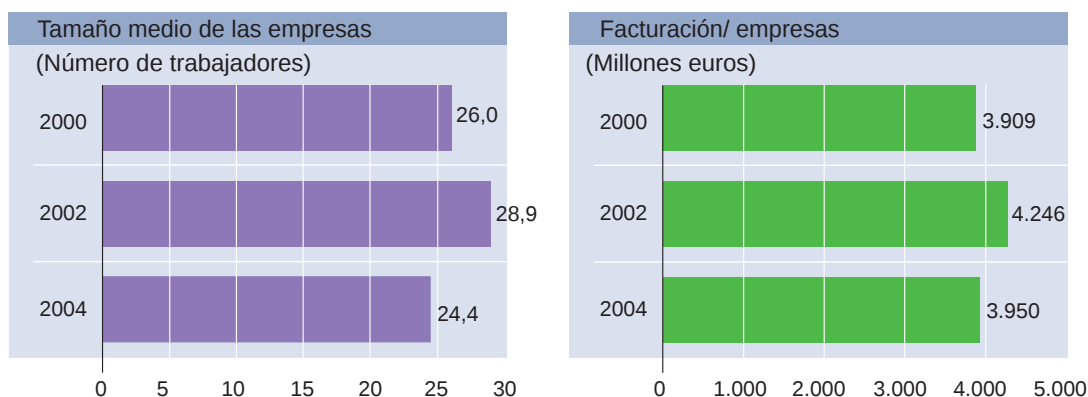
Año	Número de empresas		Facturación (millón euros)		Número ocupados	
	Nº	% s/total sector audiovisual	Nº	% s/total sector audiovisual	Nº	% s/total sector audiovisual
2000	1.336	24,8	5.222,507	62,2	34.728	56,8
2002	1.399	22,4	5.940,357	61,2	40.393	59,2
2004	1.670	23,3	6.596,183	62,7	40.781	57,6
% 04-00	25,0%	--	26,3%	--	17,4%	--
%Total sector	30,2%		25,4%		15,8%	

En cuanto al tamaño, las empresas de radio y televisión se caracterizan por tener un tamaño medio superior al de la media del sector audiovisual y que se concreta en 20 empleados por empresa frente a los 9,9 empleados del sector audiovisual. Con todo el 31% de las empresas no tiene asalariados y el 77% tiene menos de 9 empleados.

Principales ratios de las empresas del subsector de la radio y televisión (CNAE 922)

(gráfico 3.10)

Fuente: INE, Encuesta de Servicios, varios años

**3.3.2. La televisión en España**

La televisión en abierto es el elemento tractor del sector audiovisual español con la publicidad como factor relevante (23% de emisiones en las cadenas privadas)

El 99,7% de los hogares tiene un aparato de televisión. El porcentaje desciende cuando se trata de televisión vía satélite, de la que disponen el 20% de los hogares, la televisión por cable (14,5%) o la televisión digital terrestre (12%).

Equipamiento de televisión en los hogares españoles. Primer semestre 2006

(cuadro 3.7)

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en hogares

CCAA	Hogares con TV	TV satélite (%)	TV cable (%)	TV digital terrestre (%)
Total nacional	14.376.884 (99,7%)	19,9	14,5	12,1

En la actualidad el servicio de las televisiones se desarrolla en el ámbito nacional, autonómico y local.

En el ámbito nacional compiten en abierto 6 cadenas privadas y dos públicas. Además hay que cuantificar un total de otros doce entes públicos de carácter autonómico y un total de 897 emisoras locales censadas.

A la televisión en abierto se le reconoce como el principal elemento tractor del sector audiovisual con una hegemonía de las cadenas privadas de ámbito nacional vinculadas con medios de comunicación. La televisión en abierto creció en 2005 casi un +12% mientras que la televisión de pago lo hizo un +9,5%.

Oferta de canales de televisión nacionales

(cuadro 3.8)

Fuente: SGAE

Cadena	Canales	Emisión
Emisiones en abierto		
Rtve	TVE La Primera	Analógica y digital
La 2	TVE La 2	Analógica y digital
Antena 3	Antena 3	Analógica y digital
Tele 5	Tele 5	Analógica y digital
Cuatro	Cuatro	Analógica y digital
La Sexta	La Sexta	Analógica y digital
Net TV	Net TV	Digital
Vevo TV	Vevo TV	Digital
EMISIONES CODIFICADAS		
Televisión Digital por Satélite		
Digital +	Digital +	Digital codificada
Red de ADSL de Telefónica		
Imagenio	Imagenio	Analógica y digital
Emisiones codificadas por satélite que se captan mediante antena parabólica en difusión directa		
Intelsat, Eutelsat, Hispasat, Astra, Arabsat, Sirius, Vava, etc.		
Emisiones de televisión a través de teléfono móvil (en pruebas)		
14 canales (los cinco de ámbito nacional, Teleduarte, CNN+, 40TV, 24 horas, Factoría de ficción, autonómicas de cada ciudad, Intereconomía y Jetix)		

La publicidad es una de las principales fuentes de ingresos de la televisión. De hecho se estima que las tres cadenas generalistas de ámbito estatal dedicaron en torno al 23% de sus emisiones a anuncios publicitarios que se convierten así en parte importante del negocio.

En 2005, el total de ingresos por publicidad en las radios y televisiones fue de 3.067 millones de euros de los cuales el 53% correspondieron a las televisiones privadas, el 35% a las públicas y el 12% a la radio.

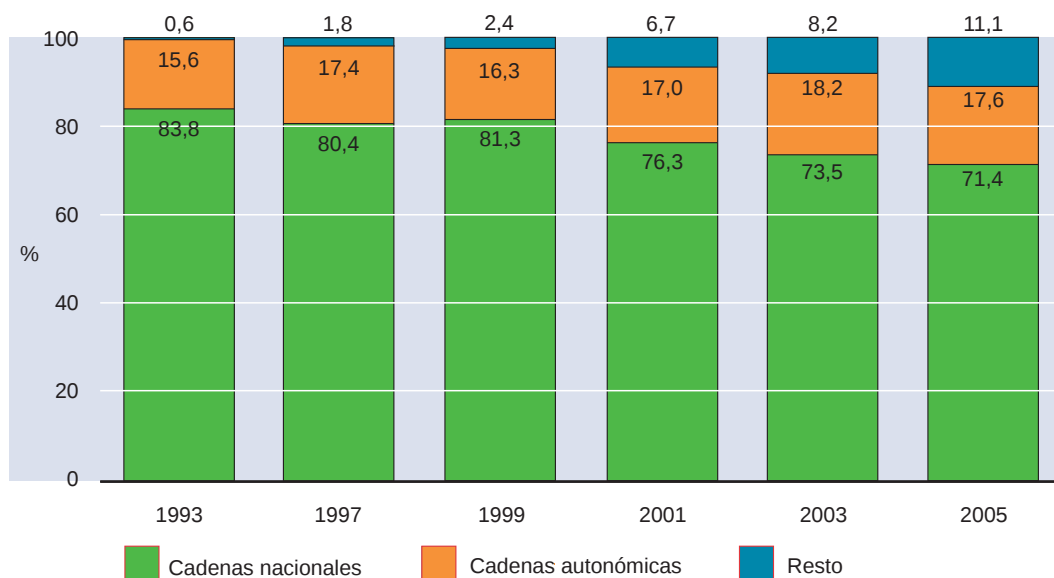
Respecto a las audiencias de la TV, los hábitos de los hogares muestran un ligero cambio en los últimos 10 años. Si bien las cadenas de ámbito nacional se mantienen como las más vistas, su audiencia disminuye en 10 puntos porcentuales con respecto al 1993 (del 83,8% al 71,4%).

Esta audiencia perdida, la ganan el resto de cadenas, entre las que se encuentran las cadenas temáticas (7,4% en 2005) y locales (3,5% en 2005), que alcanzan conjuntamente el 11,1% de audiencia.

En términos de consumo, España dedica diariamente una media de 217 minutos a ver la televisión lo que le convierte en el país comunitario más televisivo.

Audiencia de las cadenas de televisión en España

(gráfico 3.11)



3.3.3. La televisión digital en España

De momento su evolución en número de abonados no responde a las previsiones

Desde finales de los 90, la composición del mercado de la televisión de pago ha sufrido importantes cambios derivados de fusiones empresariales (Vía Digital y Canal Satélite Digital) y aparición de nueva oferta.

Siendo como es una oferta en base a desarrollo de productos de interés para el usuario (ofertados por grandes proveedoras y "majors"), en los últimos años registra una evolución a la baja en el número total de abonados, pasando de las 3.979.000 personas abonadas en el año 2000 a las 3.388.000 a finales del 2005, lo que supone un descenso del -17%.

Abonados televisión de pago (miles de personas)

(cuadro 3.9)

Fuente: SGA

Cadenas	2000	2001	2002	2003	2004	2005			
						Marzo	Junio	Sept.	Dic.
Sogecable									
Digital +	2.683	2.956	2.715	2.500	2.093	2.093	2.053	2.050	1.960
Canal +	998	920	720	705	441	393	277	196	
Cable	298	387	811	996	1.124	1.143	1.177	1.205	1.228
Imagenio (Telefónica)					6	19	57	92	200
Total de abonados	3.979	4.263	4.246	4.201	3.658	3.648	3.564	3.543	3.388

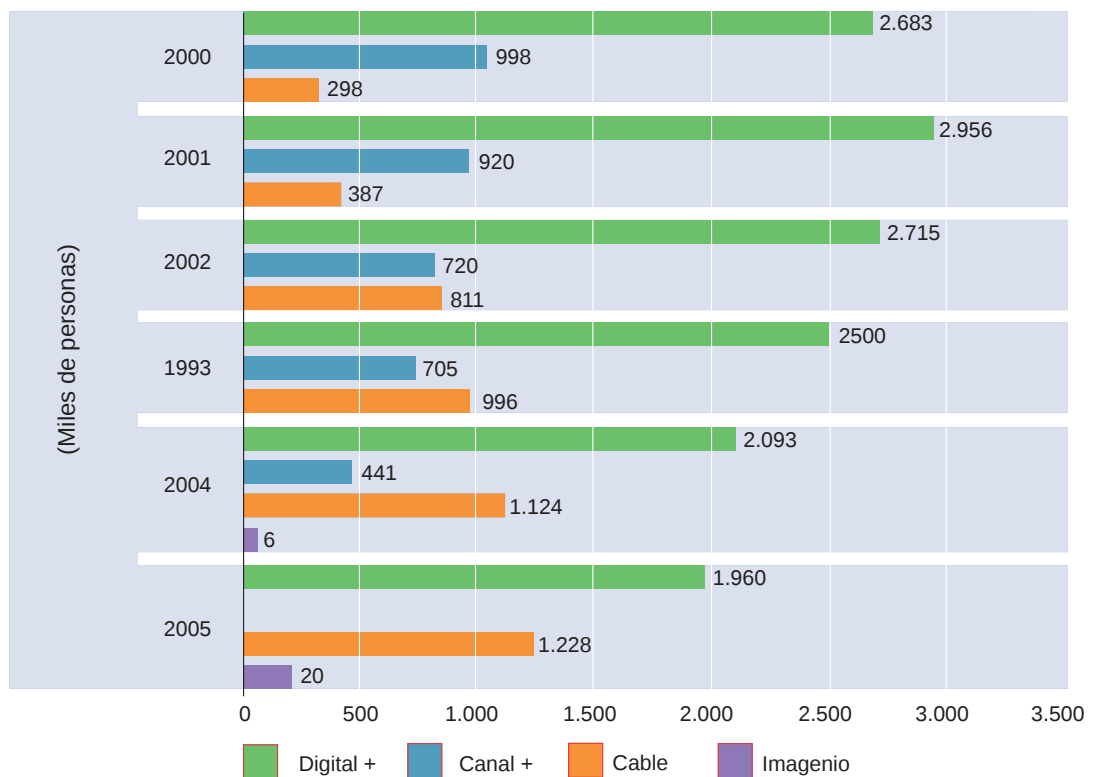
Esta disminución, sin embargo, no ha sido homogénea para todos los operadores de televisión. Si bien Digital + ha visto reducido su número de abonados de 2.683.000 personas en 2000 a 1.960.000 en 2005, la televisión por cable ha sido la que mejor evolución ha experimentado pasando de los 298.000 abonados a los 1.228.000.

La situación actual del mercado español de televisión digital está dominada por el Digital+ (61%), si bien el dato más destacable de la evolución en el periodo 1999-2006 es el fuerte incremento de la televisión por cable que pasa de tener un peso del 4% en 1999 al 31% en 2006.

Evolución de los abonados a la televisión de pago

(gráfico 3.12)

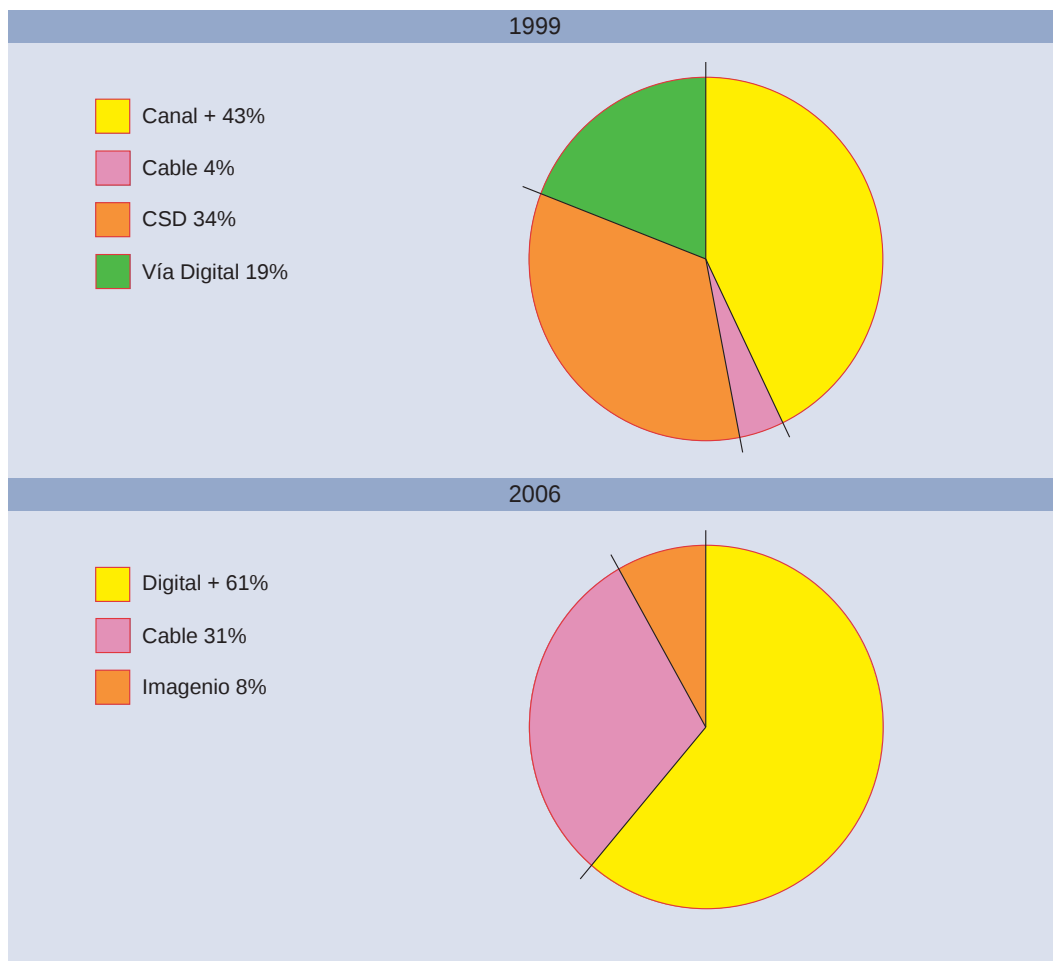
Fuente: ICAA, Estadística de la Cinematografía



Participación de los distintos operadores de televisión de pago. 1999-2006

(gráfico 3.13)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios. Varios años

**3.3.4. La radio en España****Expansión de emisoras de FM en CC.AA**

La oferta de emisoras radiofónicas en 2001 ascendía a 1.964 lo que supone un aumento del +38% respecto a las que había cinco años antes.

Del total de emisoras radiofónicas del mercado español, la inmensa mayoría son cadenas privadas (el 58% o 1.136 emisoras con actividad en 2001) frente a un 42% que son públicas.

Las principales cadenas pertenecen a algún grupo de comunicación. Es un sector con gran demanda de emisoras públicas y privadas, procedente sobre todo de las CC.AA. y cuya atención en base a ampliar el número de frecuencias de radio FM supondrá un incremento del +83% respecto a la cifra actual. Referido a las emisoras públicas autonómicas, se estiman en 235 las nuevas emisoras (+48,7%).

Número de emisoras radiofónicas con actividad, según tipo de cadena (cuadro 3.10)

Fuente: SGA

Emisoras	1996	1998	2001
Privadas	829	922	1.136
Cadenas nacionales	735	758	886
Cadenas autonómicas	11	11	21
Radios independientes	83	153	229
Públicas	586	776	828
Cadenas nacionales	453	558	557
Cadenas autonómicas	32	32	32
Emisoras autonómicas	7	7	7
Emisoras municipales	94	179	232
Total emisoras	1.415	1.698	1.964

La evolución de la audiencia de la radio muestra un crecimiento sostenido del número de oyentes: en el periodo 2001-2005 ha crecido un 12,7%, hasta alcanzar una tasa de penetración sobre la población española del 55,5%.

Audiencia de la radio en España

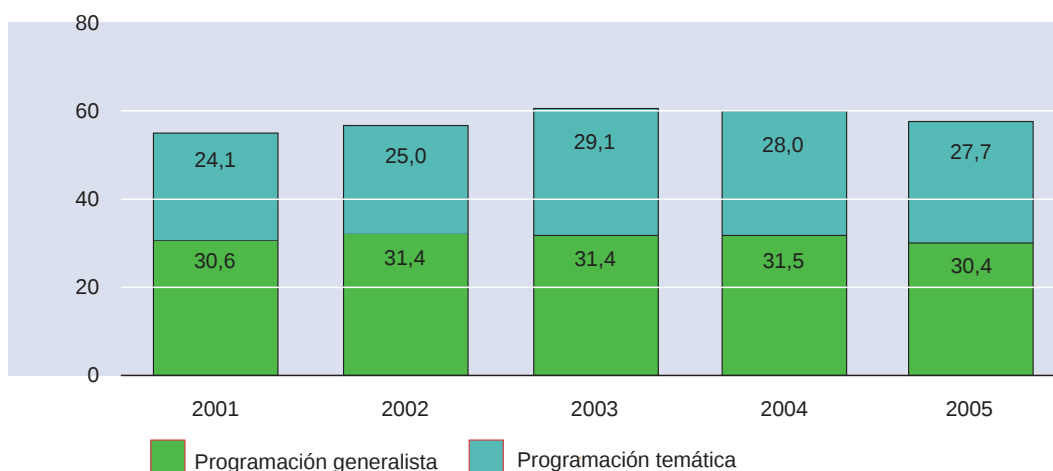
(cuadro 3.11)

Fuente: SGA

Cadenas	2001	2002	2003	2004	2005
Audiencia (miles de oyentes)					
Total	18.260	18.880	20.419	20.684	20.588
Programación generalista	10.644	10.918	11.072	11.466	11.277
Programación temática	8.381	8.706	10.262	10.187	10.282
Audiencia (% población)					
Total	52,4	54,2	57,9	56,8	55,5
Programación generalista	30,6	31,4	31,4	31,5	30,4
Programación temática	24,1	25,0	29,1	28,0	27,7

Audiencia de las emisoras de radio en España

(gráfico 3.14)



3.4. La sociedad de la información

Convergencia del sector audiovisual, de las comunicaciones Internet que aumenta los soportes de difusión y requiere desarrollo de contenidos

Los avances tecnológicos están acercando el sector de las comunicaciones, el sector audiovisual e internet. Es lo que ha venido en llamarse la Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como sector convergente de los tres anteriores.

Como reconoce el Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones (GRETEL)⁴ “cualquier solución de interés para los usuarios que se pueda imaginar en un mundo de información y comunicaciones (navegación por páginas web, televisión digital interactiva, internet, móvil, “cine en casa”, videojuegos en red, mensajería instantánea, redes de intercambio, difusión a la carta...) se basa, en gran medida, en el atractivo que los contenidos y su empaquetamiento puedan tener”.

El desarrollo tecnológico está posibilitando que la demanda oriente sus necesidades de información y comunicación dentro de un escenario geográficamente amplio, en base a formatos diferentes y en el que los contenidos son los responsables de satisfacer esa necesidad de información y comunicación.

La extensión de los soportes tecnológicos entre la población aparece como una condición sine qua non pero una sociedad tiene también que invertir en el desarrollo de la creación de contenidos y en posibilitar el acceso a los mismos, porque si no corre el riesgo de quedarse en una situación de dependencia de terceros, en el que otros aspectos más vinculados con la dimensión cultural y social específica quedan obviados.

Hoy la integración de contenidos que incorporan dimensiones de audio, datos y vídeo como paradigma de la convergencia de los sectores es un área de actividad incipiente; como se suele decir, un mercado emergente y, por tanto, inmaduro en el que hay también pendientes aspectos de regulación normativa (derechos de propiedad intelectual, suministradores de hardware/software,)

En este sentido, recientemente se ha puesto en marcha el nuevo portal Filmotech.com en el que, previo pago, cualquier internauta puede acceder a más de 250 títulos de películas españolas, documentales, cortos y hasta animación. Se trata de una iniciativa para entrar en la era de las descargas de contenidos a través de Internet, surgida de Egeda Digital, filial de la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Españoles y encargada de acercar las nuevas tecnologías al mundo del cine.

3.4.1. Indicadores de implantación

Niveles de implantación inferiores a los registrados en la Comunidad Europea

Por el grado de dotación y uso de las TIC, a España se le reconoce una posición retrasada en el marco de la EU, con un nivel de uso de los diferentes medios inferior respecto a índices de otros países como Alemania o Reino Unido, por ejemplo.

(3) Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT). Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones (GRETEL). La explotación de los contenidos audiovisuales en la transición a los nuevos medios digitales. 2005.

Grado de equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación. 2º semestre 2006

(cuadro 3.12)

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2º semestre 2006

Viviendas	%	
Viviendas con algún tipo de ordenador	58,4%	
Viviendas que disponen de acceso a internet	41,1%	
Viviendas con conexión de banda ancha (ADSL, red de cable)	32,6%	
Personas	Total	16-24 años
Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	54,1%	88,8%
Personas que han utilizado internet en los últimos 3 meses	48,6%	84,6%
Personas que han utilizado internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	40,3%	72,2%
Personas que usan teléfono móvil	84,9%	98,0%
Personas que disponen de dirección de correo electrónica privada	38,9%	71,9%
Personas que han comprado a través internet en los últimos 3 meses	11,7%	16,5%

Según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares del INE, a finales de 2006 el 41% de las viviendas en España tenían acceso a Internet, aumentando en un +11% el grado de penetración existente a finales de 2005. En cuanto a la conexión de banda ancha el índice de penetración es del 32,6%.

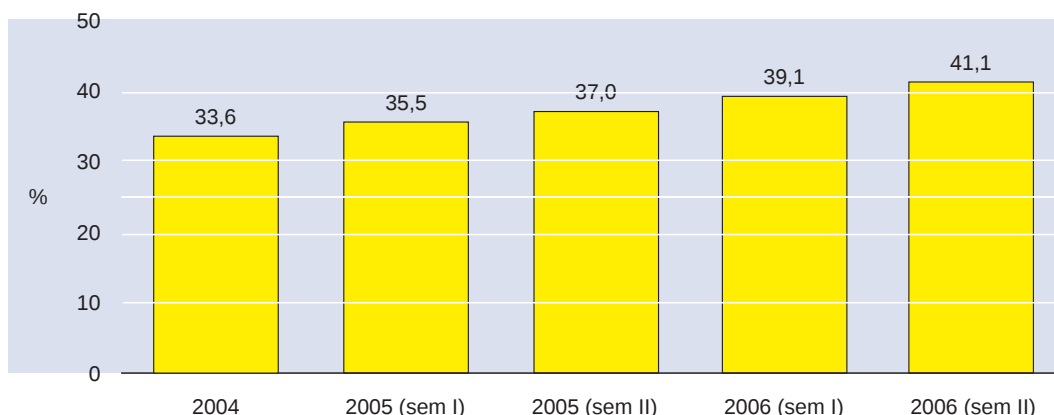
En término de número de conexiones a través de líneas ADSL según datos del Ministerio de Industria, España contaba a mediados de 2005 un total de 2,58 millones de líneas mientras en Alemania la cifra ascendía a 6,7 millones.

La telefonía móvil es el tipo de equipamiento más generalizado en España cuyo uso lo reconocen el 85% de las personas. Por edades, su utilización aumenta en los menores de 45 años con porcentajes siempre por encima del 90% de los efectivos de cada segmento de edad: lo utilizan el 98% de los jóvenes entre 16 y 24 años, el 96% de los que tienen entre 25 y 34 años y el 93% entre 35 y 44 años.

Evolución de hogares que disponen de internet

(gráfico 3.15)

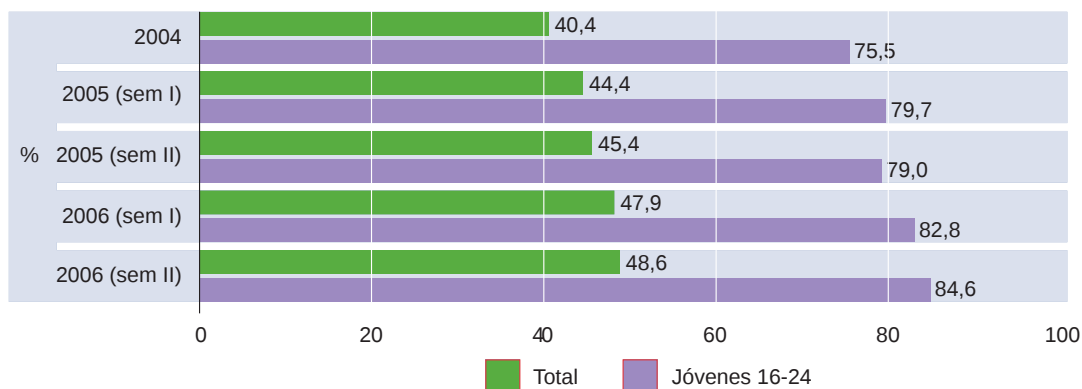
Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnología de la Información y Comunicación en los hogares. 2º semestre 2006



Evolución de las personas que han utilizado internet en los últimos 3 meses

(gráfico 3.16)

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnología de la Información y Comunicación en los hogares. 2º semestre 2006



En cuanto al uso de internet, casi la mitad de la población reconoce que ha utilizado internet en el plazo de los últimos 3 meses, y con periodicidad semanal un 40%. Nuevamente es un hábito mucho más extendido entre la población más joven con niveles de utilización semanal del 72%.

El uso de internet para comprar está, sin embargo, mucho menos extendido. Sólo un escaso 12% de la población reconoce que ha comprado algo en los últimos tres meses, comportamiento que también entre los jóvenes resulta minoritario (16,5%). Temas relacionados con la seguridad y la confianza de los usuarios son determinantes en la expansión de este tipo de actividad electrónica a los que se añaden otras iniciativas como la liberalización de los “.es”, la reducción del precio o la simplificación de los procedimientos de registro.

Uso de internet en los principales países europeos. 2006

(cuadro 3.13)

Fuente: Statistics on Audiovisual Services

	Alemania	España	Italia	Reino Unido	Francia	Total EU-25
Envío e-mails	60,2	36,7	29,1	52,8	34,2	43,8
Búsqueda de información	59,9	37,9	23,2	55,2	36,0	42,9
Llamada o videoconferencia	10,4	6,3	3,3	6,7	4,9	7,1
Descargas juegos y música	18,3	23,0	10,5	24,5	9,3	18,2
Oír radio/ver TV	11,8	24,3(*)	5,3	15,2	10,3	11,8
Leer periódico	18,9	21,1(**)	12,8	23,3	9,5	19,0
Banca electrónica	31,7	15,1	8,9	27,8	18,1	22,0

(*) Dato del año 2005

(**) Dato del año 2004

De momento y como ya se recogía en el capítulo de Europa, el uso más extendido de internet es para búsqueda de información (38%) y envío de e-mails (37%).

De cara a impulsar la Sociedad de la Información, España ha puesto en marcha una serie de actuaciones que se enmarcan en los objetivos y prioridades de la iniciativa eEurope2005. Entre estas iniciativas cabe mencionar:

-Plan de Convergencia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio junto con las CC.AA. y empresas. Dentro de este Plan se contempla el denominado “préstamo tecnológico” orientado a facilitar a las empresas ayudas a la inversión en TIC.

-Planes y acciones de las CC.AA. orientados a reducir las diferencias entre las mismas. Ha supuesto la creación de entidades, Observatorios TICS regionales. Referido a Asturias existe el Plan eAsturias 2007.

3.5. Nueva ley del cine español

El pasado 1 de junio de 2007, el Consejo de Ministros aprobó el proyecto de Ley del Cine. Este texto se envía ahora al Congreso de los Diputados con la consideración de urgente con el objetivo de que se apruebe a finales de año.

Entre las novedades que se incorporan destacan las siguientes:

-Se diferencian por primera vez los productores independientes de los dependientes.

-Se modifica la normativa fiscal con el objetivo de fomentar la llegada al cine de productores ajenos al sector, especialmente a través de las Agrupaciones de Interés Económico.

-Aborda el proceso de digitalización a través de nuevas medidas de apoyo a las iniciativas culturales, a la utilización de nuevas tecnologías y actividades de I+D+i.

-La cuota de pantalla se contabiliza por sesiones y no por días.

-Se considera al director de fotografía como uno de los autores de la obra, a efectos del reconocimiento de la obra como española.

-Se crea una nueva sección en el Registro de Bienes Inmuebles, para la inscripción de obras y grabaciones audiovisuales.

-Se contempla la transformación del Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales en Agencia estatal.

Por último, destacar que se mantiene la polémica norma sobre la obligación de las televisiones de invertir un 5% en producción cinematográfica.

4 :: APROXIMACIÓN AL SECTOR EN ASTURIAS

4.1 Dimensión del sector

Evolución creciente del número de empresas

De acuerdo a la clasificación inicial del sector audiovisual (Códigos de la CNAE 921, 922 y 924) en 2006 y en Asturias, el número total de empresas existentes según el Directorio Central de Empresas era de 94 empresas. Según subsectores, 64 empresas(68%) pertenecen al subsector de cine y vídeo, otras 29 (31%) al de radio y tv mientras que sólo una empresa (1%) es una agencia de noticias.

Número de empresas en el sector audiovisual. 2006

(cuadro 4.1)

Fuente: INE. DIRCE (2006)

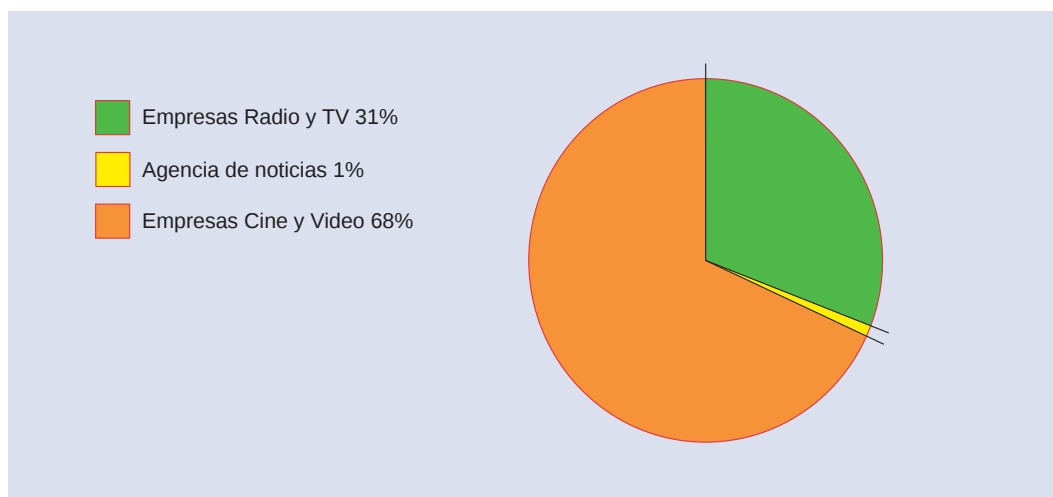
(número de empresas)

	Cine y Vídeo (921)		Radio y TV (922)		Agencias de noticias (924)		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Asturias	64	1,0	29	1,4	1	0,6	94	1,1
España	6.367	100,0	2.023	100,0	152	100,0	8.542	100,0

Distribución de las empresas de audiovisual según subsectores. 2006.

(gráfico 4.1)

Fuente: INE. DIRCE (2006)



Por el número de empresas, el peso del sector audiovisual asturiano en el conjunto español se sitúa en torno al 1%.

Desde una perspectiva temporal es un sector en expansión que ha pasado, siempre según el DIRCE de 58 empresas en 1999 a las 94 actuales. Supone un incremento del 61%.

La trayectoria según subsectores ha sido diferente. El de cine y vídeo ha sido el más dinámico con una creación en el período de 26 nuevas empresas (+68%) mientras que el de radio y televisión, con 11 empresas más, ha crecido un 61%.

En este subsector de la radio y la televisión destaca la creación, en 2005, del Ente Público de Comunicación del Principado de Asturias que incluye las sociedades Televisión del Principado de Asturias, S.A. y Radio del Principado de Asturias, S.A. Empezó a emitir en diciembre de 2005 y trabaja con empresas colaboradoras en el área de Noticias, Deportes, Programas, Programa infantil, Publicidad, Promociones y Desarrollo y Mantenimiento del Portal Web de la RTPA.

Evolución del número de empresas en el sector audiovisual en Asturias *(cuadro 4.2)*

Fuente: INE. DIRCE (2006).

(número de empresas)

Años	Cine y Vídeo (921)	Radio y TV (922)	Agencias de noticias (924)	Total
1999	38	18	2	58
2000	50	19	2	71
2001	51	17	1	69
2002	56	18	0	74
2003	51	22	0	73
2004	55	24	0	79
2005	66	18	0	84
2006	64	29	1	94
%	68,4%	61,1%	-50%	62%

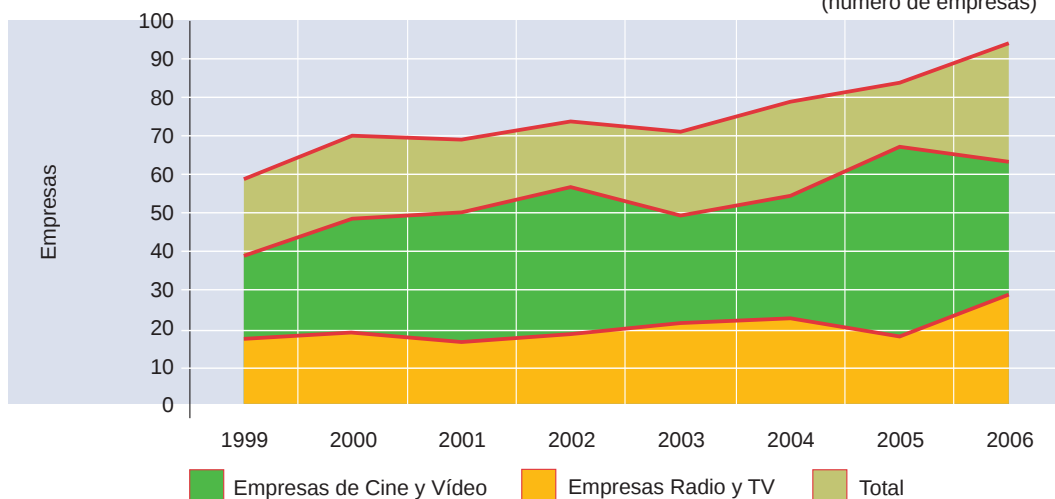
Igualmente ha sido un período que ha conocido la implantación de las televisiones locales. De las trece que cuenta actualmente el Principado, 10 ha iniciado su actividad con posterioridad al año 1999.

En cuanto al minoritario subsector de las agencias de noticias, éste ha visto desaparecer una de las dos empresas existentes en 1999.

Evolución del número de empresas en el sector audiovisual en Asturias *(gráfico 4.2)*

Fuente: INE. DIRCE (2006)

(número de empresas)



4.2. Caracterización del sector

Las fuentes estadísticas disponibles no ofrecen información sobre características de las empresas del sector a nivel autonómico más allá del número de empresas, empleo o facturación. En consecuencia, para tratar de conocer cómo son hoy en día las empresas asturianas de actividad audiovisual fue preciso realizar una encuesta a una muestra de empresas asturianas que permitiesen ahondar en estas características.

En el proceso de planificación del trabajo de campo se decidió, de acuerdo también a la opinión de los expertos consultados, considerar el sector, en cuanto a actividades y colectivos a incluir, de una manera más acorde a la realidad asturiana; en consecuencia se determinó encuestar al colectivo de empresas de fotografía, a las productoras independientes y a las televisiones.

Los resultados obtenidos han permitido conocer cómo es el sector audiovisual en cuestiones tales como antigüedad, mercado al que se dirige, características del empleo, necesidades de formación, contratación de profesionales, valoración sobre el momento actual, etc. resultados que se han ido volcando en este capítulo y en los sucesivos.

Es un sector de reciente implantación

El dinamismo que ha experimentado el sector en los últimos años -y que ya se apreciaba en los datos del INE- se ha puesto también de manifiesto en la encuesta realizada de tal manera que el 37% de las empresas sitúa su año de creación en el período 2001-2007 y otro 43% entre 1991 y 2000.

Es un sector atomizado

Se trata de un sector en el que predominan fórmulas jurídicas diferentes de la sociedad anónima que varían según subsectores. En el caso de las televisiones locales, la sociedad limitada es la fórmula más frecuente (83%) mientras que entre las empresas de fotografía, lo más extendido es el empresario individual (54%) seguido por la sociedad limitada (39%). En cuanto a las productoras son el tipo de empresa que mayor variedad de fórmulas jurídicas adoptan, coexistiendo tanto sociedades limitadas (50%) como empresarios individuales (25%) y comunidad de bienes (19%).

Mayor presencia de las productoras independientes en Oviedo

Por su ubicación en el territorio, la concentración/dispersión de las empresas varía según tipo de subactividad. Así las televisiones locales y las de fotografía, por su propia naturaleza de servicio próximo al ciudadano, están más repartidas por todo el Principado mientras que las empresas productoras aumentan su presencia en Oviedo (56%).

Orientadas al mercado interior

El propio mercado asturiano es el principal cliente de las empresas audiovisuales de Asturias no sólo porque todas las empresas lo señalan como destinatario de su actividad sino, sobre todo, por el peso que tiene en la misma. Se trata de una circunstancia que las productoras y empresas de fotografía creen que se mantendrá también en el futuro.

La dependencia de clientes asturianos está más extendida sobre todo en las televisiones locales, con una media del 96% de la facturación realizada en Asturias.

Mientras tanto, las productoras, aún compartiendo también esta orientación mayoritaria hacia el mercado interno (74%), pueden ser consideradas como empresas algo menos localistas que las tv en cuanto a destino de su actividad y con mayor índice de apertura, preferentemente hacia el Estado (22% de las ventas).

Las empresas de fotografía, a pesar de presentar un % de ventas en el mercado español similar al de las productoras (23%), éste se debe no tanto al alto número de empresas que señalan que venden en el mercado español sino al alto % de ventas en España señalado por una única empresa con una alta ponderación (alto nivel de facturación).

Hoy por hoy la orientación de las empresas audiovisuales asturianas al mercado extranjero es minoritaria, con un porcentaje medio del 2%.

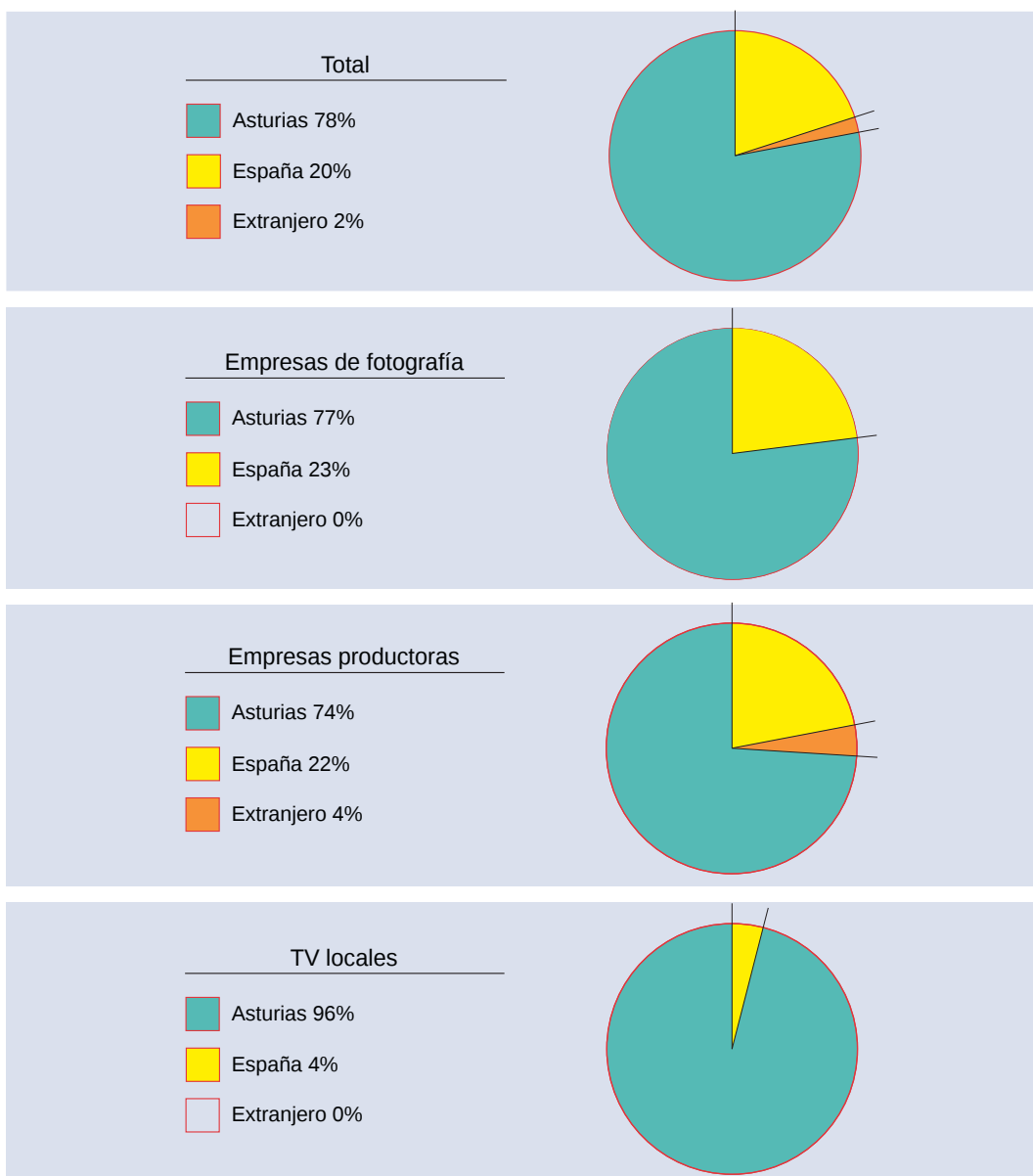
De hecho, como lo reconoce el propio sector se caracterizan por ser empresas de servicios trabajando casi bajo pedido según demanda del cliente.

Importancia del mercado interior asturiano en la actividad de las empresas audiovisuales

(gráfico 4.3)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007

% medio que representa cada mercado en el conjunto de la actividad:



Orientadas a un cliente próximo

La mayoría de las productoras asturianas trabajan para empresas industriales y comerciales, agencias de publicidad e instituciones públicas como son el Principado y los Ayuntamientos mientras que hacerlo para los medios de comunicación está, entre las productoras, menos extendido. En concreto, y atendiendo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas, el 44% de las ventas del sector van destinadas a empresas industriales y comerciales.

La aparición de nuevas actividades vinculadas con la información y la comunicación, como páginas web, productos multimedia, catálogos, anuncios, etc. o el aumento de la programación cultural en vivo y en directo de las instituciones públicas solicitando equipos sobre todo técnicos de iluminación y sonido, son algunas de las razones que explican la importancia de estos clientes en el sector.

En el caso de la relación con los medios de comunicación, la reciente puesta en marcha de la televisión autonómica o la concesión de licencias a los operadores de televisión digital local hace pensar a productoras que la demanda procedente de los medios también aumentará en un futuro próximo como esperan que lo siga haciendo la de servicios audiovisuales por parte de las empresas, dada su cada vez mayor preocupación por temas de comunicación e imagen corporativa y de desarrollo de páginas web.

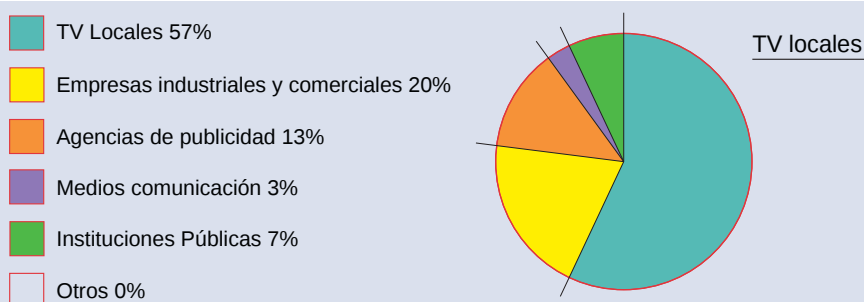
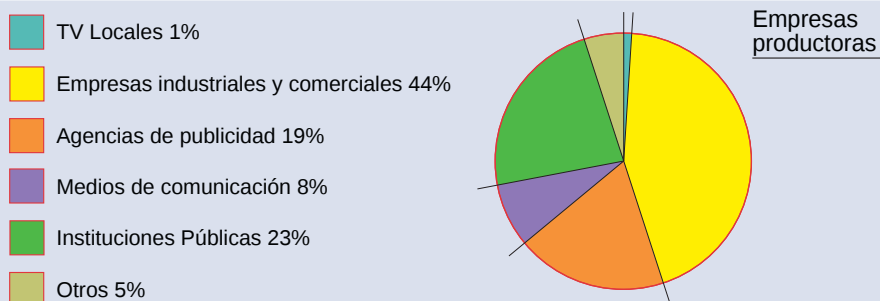
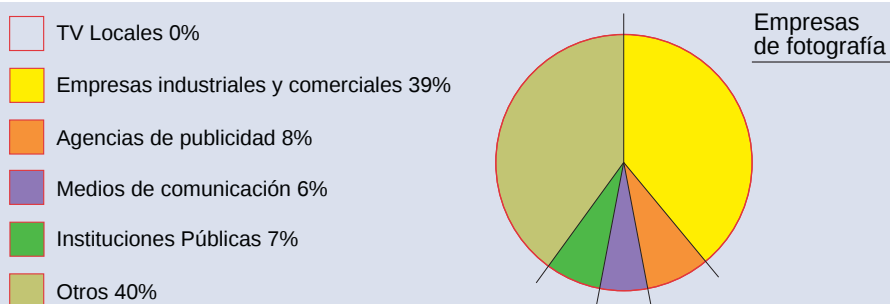
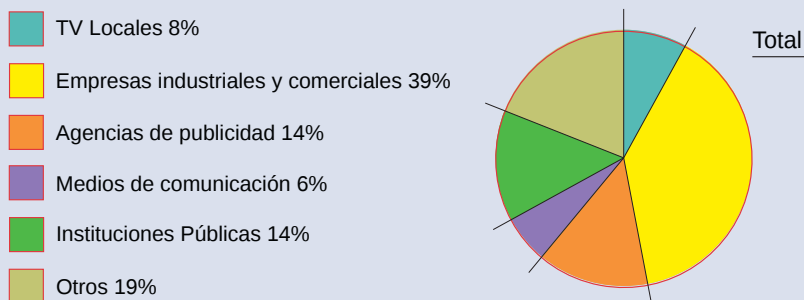
En el caso de las empresas de fotografía, casi todas reconocen que trabajan para las empresas industriales y comerciales y las instituciones públicas pero no hay vinculación ni con las televisiones locales ni apenas con los medios de comunicación. A pesar de ello, es en esta actividad donde cobra peso la respuesta otros clientes entre los que se señalan principalmente los particulares, con una media del 40% de las ventas totales de las empresas asturianas de fotografía.

Principales clientes a los que van destinadas las actividades de las empresas audiovisuales

(gráfico 4.4)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007

% medio que representa cada tipo de cliente en las ventas del sector:



Predominio de empresas con mayor presencia del componente técnico que el creativo

El sector audiovisual incluye una doble dimensión: la tecnológica y la creadora o de producción independiente. Mientras la primera pone el acento en los medios técnicos, la segunda lo hace también en los contenidos.

El proceso de digitalización va a suponer un importante aumento de la información y contenidos dirigidos al ciudadano, la proliferación de soportes (televisión digital terrestre, por cable, dvd, vídeo, internet, telefonía móvil...), el incremento también de proveedores de información y una globalización de los mercados.

En este escenario de incremento del volumen de oferta⁵, productos y agentes en el que va a ser más fácil publicar, difundir o comunicar, las pequeñas empresas y la producción independiente tienen también una oportunidad de desarrollar contenidos propios, adecuados a las necesidades de información, formación, comunicación, entretenimiento etc. de un usuario-consumidor próximo sin que ello signifique perder de vista el mercado internacional (por calidad, medios técnicos, etc.).

Planteada esta cuestión en el sector audiovisual asturiano, las empresas no creen que el componente creativo sea el predominante –de hecho sólo un 14% sustenta esta afirmación- sino que, o bien convive en equilibrio con el componente técnico (43%) o éste último es el que predomina (31%), lo que les sitúa ante la conveniencia de reforzar la faceta creativa (ideas, guiones) que, como se verá más adelante al aludir a las necesidades de formación, ya se pone de manifiesto por parte de las productoras.

Porque pensando en los efectos de la digitalización las empresas asturianas sí le otorgan carácter de oportunidad que se va a saber aprovechar y que para muchas, sobre todo para las productoras, vendrá precisamente de la mano de un aumento de la producción propia de contenidos.

Sector con un grado de articulación interesante

La juventud de las empresas del sector no ha impedido que éste cuente con diferentes asociaciones que, a priori, ilustran un dinamismo y capacidad organizativa necesarias para poder abordar actuaciones conjuntas (formativas, de interlocución, de producción, etc.) en el futuro.

Estas asociaciones son las siguientes:

-Asociación de Productoras de Televisión de Asturias que relaciona un total de 27 empresas asociadas, aunque recientemente se han producido algunos cambios en el seno de la misma. Proyecto de creación del Cluster del Audiovisual.

www.aptva.es

-Asociación Profesional de Fotografía y Vídeo con un total de 95 profesionales.

www.fotografosasturianos.com

-Asociación Profesional de Fotoperiodistas Asturianos.

www.fotoperiodistas.org

-Asociación Profesional de Radio y Televisión de Asturias.

.Asociación de Realizadores y Directores de Asturias.

www.portalarda.com

(5) La Unión Europea estima un crecimiento en torno al 400% de la industria de contenidos "on line" para el año 2010.

4.3. La oferta de televisión

La Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA) factor clave para el desarrollo de las productoras audiovisuales

La repercusión de la Televisión Autonómica en términos de empuje para el conjunto de las empresas audiovisuales asturianas no está del todo clara y más bien suscita división de opiniones entre el sector.

Planteada esta cuestión en la encuesta mediante la afirmación “La puesta en marcha de la televisión autonómica asturiana va a suponer un importante empuje para las empresas audiovisuales asturianas”, el 57% de las empresas consultadas no está de acuerdo con esta afirmación mientras 43%, sí. Esta repercusión positiva es más reconocida por las productoras (56%) que por las televisiones locales (17%), quienes además (las productoras) la mitad esperan efectos directos positivos en su propia empresa.

Entre las posibles repercusiones positivas de la televisión autonómica está la que alude a la contratación directa de profesionales, opinión que comparten el 56% de las productoras, el 46% de las empresas de fotografía y el 50% de las televisiones locales.. De momento cabe señalar que esta contratación ya ha tenido una clara repercusión en la creación de su plantilla cuyo tamaño se sitúa en torno a las 100 personas.

Con todo, es factible pensar que las propias necesidades de programación de la RTPA vayan posibilitando la creación de una parrilla al uso de las televisiones generalistas (noticias, programas de entretenimiento donde entran concursos, tertulias, reality-show, retransmisiones deportivas, programación cinematográfica, etc.) y un impulso también a la producción propia fundamentalmente series de ficción, documentales, tvmovies, etc.

Sin embargo tanto las televisiones locales como las empresas de fotografía asisten con mayor distancia a este posible efecto tirón de la televisión autonómica y, de hecho, piensan en mayor medida que no afectará a sus empresas actuales (92% de las empresas de fotografía y 83% de las televisiones)..

Televisiones locales

El Principado cuenta en este momento con un total 13 televisiones locales. Se trata de una red de reciente creación como lo demuestra el hecho de que 11 de las 13 televisiones se han creado a partir de 1999.

Es un sector heterogéneo en cuanto a tamaño de empleo en el que conviven empresas pequeñas de menos de 5 trabajadores con empresas de más de 20 e incluso entre 40 y 50 trabajadores.

En torno al 40% declara que tiene trabajadores eventuales, la titulación de FP se reconoce entre los empleados en algo más de la mitad de las televisiones donde también hay un presencia relevante de gente joven y también de mujeres. Apenas existe empleados fijos en media jornada.

La mayoría hace una buena valoración de la formación técnica de sus empleados entre los cuales echan en falta sobre todo un mayor conocimiento de idiomas pero no tanto cuestiones de mayor polivalencia, o de conocimiento de nuevas técnicas ni de adaptación lenta a los cambios. Sí se reconoce que han existido dificultades para encontrar personal.

Listado de cadenas de TV Local en Asturias.*(cuadro 4.3)*

Fuente: Elaboración propia

Nombre	Alcance	Año creación	Actividades
Canal 6	Comarca Avilés	2000	Emisora de TV Local
Canal 10 TV	Gijón y zonas colindantes	2003	Emisión de informativos, programas diversos y retransmisiones deportivas y de eventos.
Corvera Televisión	Centro septentrional Asturias	2001	Cadena privada, Corvera TV - Canal Temático Educativo. Gran presencia de la cultura y las manifestaciones artísticas asturianas.
Cuencas Mineras Televisión	Comarcas del Caudal y del Nalón	1998	Emisión de programas diversos, Publicidad
Localia TV Asturias	Oviedo	2000	
Teleasturias	Todo Asturias	1999	Emisión y Producción Audiovisual. 65 empleados. 20 horas diarias de emisión
Teleavilés	Comarca Avilés	1996	
Televisión Occidente	NorOccidente Asturias	1994	Producción propia
Televisión Centro	Centro Asturias	1999	Producción propia, dedicada su producción mayoritariamente al género de la información.
Televisión Local Gijón	Gijón, Avilés y Oviedo (telecable)	1993	
Occidente Radio TV			
Oviedo Televisión	Oviedo y Centro de Asturias	1994	
Popular TV Asturias			

Ante el futuro mantienen más una expectativa de crecimiento y expansión que de estancamiento.

Número de canales de TV integrados en redes en 2005 en Asturias*(cuadro 4.4)*

Fuente: SGAE

Grupo	Nº emisoras
Punto TV	1
Localia TV	3
Local Media TV	4
Popular TV	1
Total	9

Número de emisoras radiofónicas de los grupos de radio nacionales en 2005 en Asturias

(cuadro 4.5)

Fuente: SGAE

Grupo	Asturias	España	Grupo	Asturias	España
RNE 1	11	182	Ona Catalana	0	0
Radio Clásica	9	121	Cope	5	5
Radio 3	9	115	Cadena 100	3	3
Radio 4	0	13	Rock & Gol	1	1
Radio 5 tn	11	126	Onda Cero	5	5
SER	4	203	Europa FM	1	1
40 Principales	1	76	Radio Marca	1	1
Dial	1	91	Kiss FM	8	8
M-80	2	38	Punto Radio	2	2
Radio Olé	0	22	Intereconomía	0	0
Máxima FM	0	12			

4.4. El nivel de implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)**Penetración algo superior a la estatal**

Como se comentaba en el capítulo dedicado al sector en España, la implantación de las distintas tecnologías y grado de uso de las mismas en el Estado era comparativamente inferior a la que presentaban países europeos de la EU-15.

Analizando esa misma implantación y uso en Asturias, se aprecia algunas ligeras diferencias.

Los hogares con acceso a internet se mantienen en una proporción similar a la estatal (41%) aunque aumenta ligeramente la proporción de usuarios que lo han utilizado en los tres últimos meses, que en Asturias supone la mitad de la población. Desde una perspectiva temporal se aprecia una ralentización de la expansión de este equipamiento en los hogares.

En cuanto a la conexión de banda ancha el índice de penetración aumenta ligeramente y se sitúa en el 34,5% de las viviendas frente al 32,6% en el Estado.

Grado de equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación. 2º semestre 2006. España y Asturias

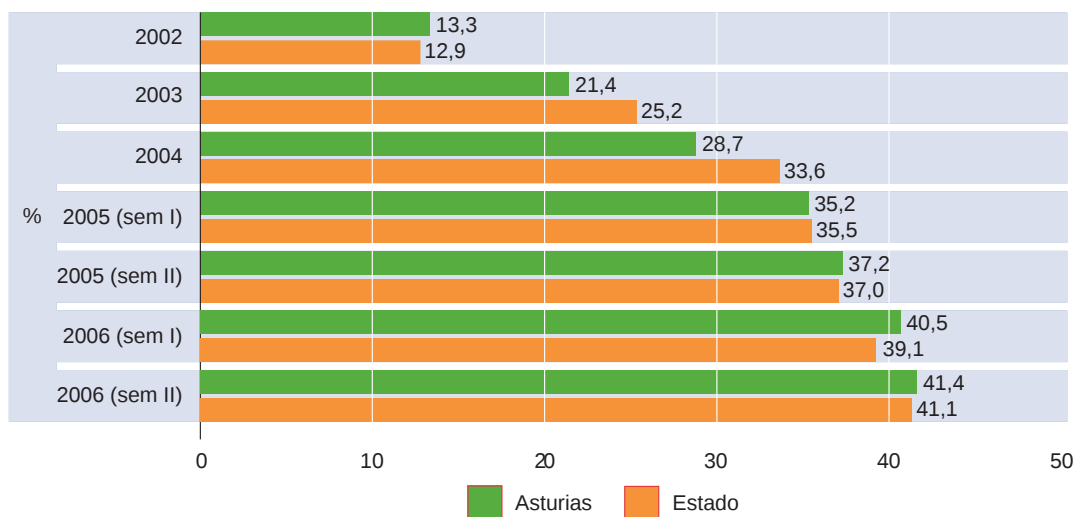
(cuadro 4.6)

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2º semestre 2006

Viviendas	España	Asturias
Viviendas con algún tipo de ordenador	58,4%	57,1%
Viviendas que disponen de acceso a internet	41,1%	41,4%
Viviendas con conexión de banda ancha (ADSL, red de cable)	32,6%	34,5%
Personas	España	Asturias
Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	54,1%	55,4%
Personas que han utilizado internet en los últimos 3 meses	48,6%	49,8%
Personas que usan teléfono móvil	84,9%	85,9%
Personas que disponen de dirección de correo electrónica privada	38,9%	39,1%
Personas que han comprado a través internet en los últimos 3 meses	11,7%	10,6%

Evolución de hogares que disponen de internet en Asturias*(gráfico 4.5)*

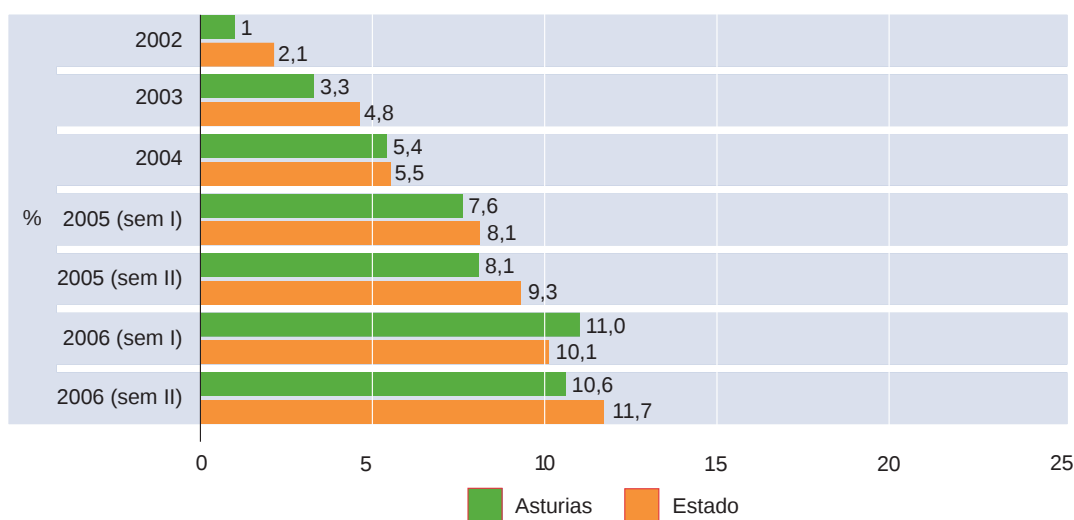
Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnología de la Información y Comunicación en los hogares. 2º semestre 2006



En cuanto a la telefonía móvil es también el equipamiento más generalizado cuyo uso lo reconocen el 86% de las personas.

Evolución de las personas que han utilizado internet en los últimos 3 meses. Asturias y España*(gráfico 4.6)*

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnología de la Información y Comunicación en los hogares. 2º semestre 2006



Como ya se ha mencionado anteriormente, dentro de las estrategias del Estado para fomentar la extensión y uso de las TIC, el Principado de Asturias está desarrollando el I Plan eAsturias 2007.

5 :: EL MERCADO LABORAL

5.1 Evolución general del sector servicios

El sector audiovisual como sector de actividad pertenece al gran área del Sector Servicios y en este apartado se recoge la evolución global que ha tenido este sector en Europa, España y Asturias.

5.1.1. La situación en Europa

El 70% de los ocupados en Europa pertenece al sector servicios

Una de las principales políticas de la Unión Europea es la referida a la política social y de empleo. La UE marca una serie de pautas entre sus estados miembro que buscan asegurar una serie de condiciones laborales con el objetivo principal de mejorar la calidad de los empleos generados (igualdad de sexo y raza, acceso al mercado laboral de personas discapacitadas,...).

La evolución del mercado laboral europeo durante los últimos años ha sido positiva en tanto se ha producido un aumento de la tasa de actividad y un descenso de la tasa de paro.

Evolución del mercado laboral en Europa.2000-2006

(cuadro 5.1)

Fuente: Eurostat

	2000	2003	2006
Tasa de empleo			
UE-15	63,4	64,3	66,0 (*)
UE-25	62,4	62,9	64,7 (*)
Tasa de desempleo			
UE-15	7,6	7,9	7,4
UE-25	8,6	9,0	7,9

(*)Datos provisionales

En concreto, según Eurostat la tasa de empleo en los 15 principales países europeos crece y se sitúa en el 2006 en el 66%, ligeramente por encima de la tasa registrada incluyendo los 10 países que forman la UE-25 (64,7%).

Centrando el análisis en el sector servicios, se trata según la fuente citada del principal sector en términos de empleados, representando el 70% del total de ocupados en Europa.

La tasa de desempleo, por su parte, también mejora y Eurostat la sitúa en el 2006 en el 7,4% para la UE-15, ligeramente por debajo de la tasa registrada por el conjunto de países que forman la UE-25 (7,9%).

5.1.2. Evolución reciente del sector en España

Diez años de crecimiento continuado de los servicios en España

Si se analiza el comportamiento del empleo en la última década en el mercado laboral español, se observa una evolución positiva. Según la EPA⁶, el empleo en España ha experimentado un fuerte incremento en los últimos años hasta llegar a los 19.747.700 ocupados en el 2006, lo que supone un crecimiento del 53,4% en los últimos 10 años.

(6) Instituto Nacional de Estadística (INE), Encuesta de Población Activa, Media Anual. Varios años.

Según esta fuente, la tasa de empleo era del 53,36% en el 2006, ligeramente inferior a la de los principales países europeos, aunque con una evolución positiva ya que ha crecido 13 puntos porcentuales con respecto al 1996.

En cuanto a la evolución del empleo por sectores económicos, la EPA permite observar una evolución desigual. La población ocupada crece especialmente en los sectores de la construcción (+107%) y de servicios (+62,7%), mientras el sector Industrial experimenta un crecimiento más moderado (+27%). Los empleados en el sector agrario, por su parte, disminuyen un 12% en los últimos 10 años.

Mercado laboral en España. 1996-2006

(cuadro 5.2)

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA) Media Anual. Varios años

Datos Población en miles de personas. Tasa en %

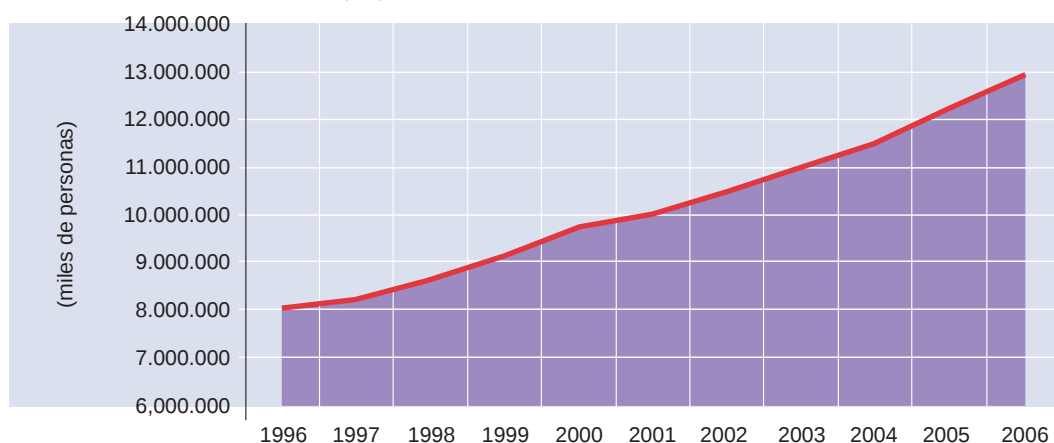
	Poblac. activa	Poblac. ocupada	Poblac. desempleada	Tasa de actividad	Tasa de empleo	Tasa de paro
1996	16.517,78	12.871,53	3.646,28	51,27	39,95	22,08
2001	18.050,70	16.146,30	1.904,40	52,99	47,40	10,55
2006	19.411,98	19.747,70	1.837,10	58,32	53,36	8,51
%cto. 96-06	+17,50	+53,40	-49,60	+13,70	+33,60	-61,50

Si nos centramos en el sector servicios, al cual pertenece el sector audiovisual objeto de este estudio, observamos un crecimiento continuado de los ocupados durante la última década, llegando a proporcionar trabajo a 12.968.400 personas. De esta manera, el sector servicios es el que mayor protagonismo cobra, representando en España el 65,7% de los empleos totales en el 2006.

Evolución de los ocupados en España en el sector servicios. 1996-2006

(gráfico 5.1)

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA) Media anual. Varios años



En cuanto a la tasa de paro española, a pesar de ser una de las más altas de la Unión Europea, se ha reducido a un ritmo notable hasta llegar a ser del 8,5% en el 2006, cuando hace 10 años esta tasa era del 22,15%.

Las previsiones de la tasa de actividad, publicadas por el INE a través de la EPA, y en las que se proyecta la actividad del mercado laboral hasta el año 2020, prevén un aumento de la tasa de actividad española en el periodo 2006-2020 de 3,93 puntos porcentuales.

5.1.3. Principales indicadores del sector servicios en Asturias

Los activos asturianos del sector servicios son los que más crecen

El mercado laboral asturiano en relación al estatal presenta un menor dinamismo con una tasa de ocupación inferior y una tasa de desempleo algo superior, siempre según la media anual de la EPA para el año de referencia.

Mercado laboral en Asturias. 1996-2006

(cuadro 5.3)

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA) Media Anual. Varios años

Datos Población en miles de personas. Tasa en %

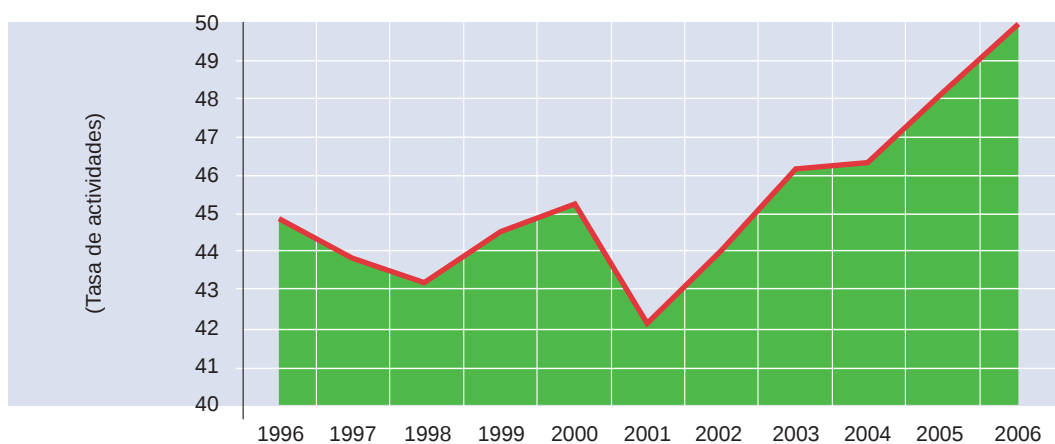
	Poblac. activa	Poblac. ocupada	Poblac. desempleada	Tasa de actividad	Tasa de empleo	Tasa de paro
1996	413,35	326,85	86,48	44,81	35,43	20,93
2001	395,10	364,50	30,60	42,21	38,95	7,73
2006	467,08	423,60	43,50	49,85	45,21	9,31
%cto. 96-06	+13,00	+29,60	-49,70	+11,20	+27,60	-55,50

Así, la tasa de actividad en el Principado de Asturias, ha aumentado en los últimos 10 años hasta rozar el 50% de la población total (44,8% a mediados de los años 90). En números absolutos la población activa alcanza las 467.080 personas (267.080 hombres y 200.000 mujeres).

Evolución de la tasa de actividad en Asturias

(gráfico 5.2)

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA) Media anual. Varios años

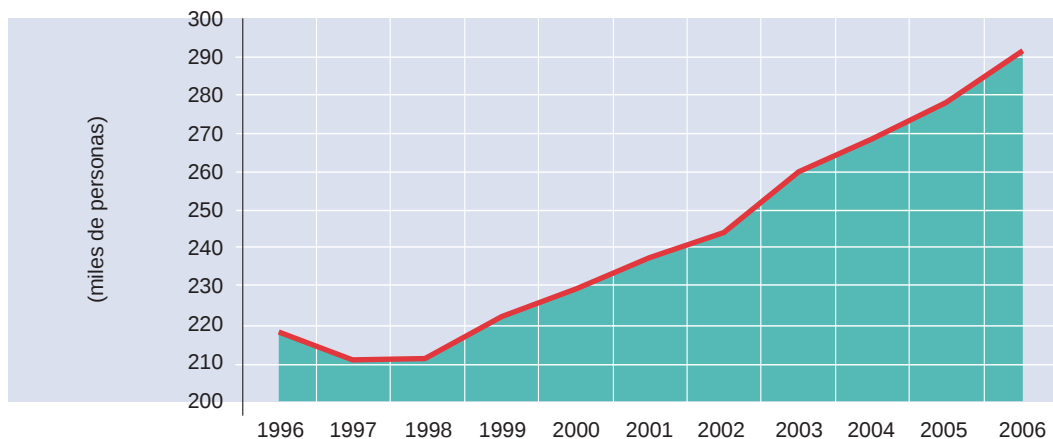


Del total de personas activas, el 63,1% corresponden al sector servicios que es el que mayor número de activos incorpora al mercado laboral asturiano según los últimos datos trimestrales publicados por el INE para el 1er trimestre del 2007 (50% hombres y 79,8% mujeres). En números absolutos sumaba en 2006 un total de 291.980 personas, un 34% superior a la cifra de hace 10 años.

Evolución de la población activa en Asturias en el sector servicios. 1996-2006

(gráfico 5.3)

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa (EPA) Media anual. Varios años



Le sigue a continuación el sector industrial que concentra el 16,6% de la población activa asturiana. El sector de la construcción, por su parte, representa el 10,7% mientras que el de la agricultura-pesca concentra al 4,6% del total de activos.

Evolución de la población activa por sectores económicos en Asturias. (% s/total)

(cuadro 5.4)

Fuente: EPA. 1er trimestre 2007

	Total	Hombres	Mujeres
Agricultura	4,6	4,6	4,6
Industria	16,6	24,1	7,1
Construcción	10,7	17,8	1,6
Servicios	63,1	50	79,8
Parados que buscan si 1 ^{er} empleo o han dejado el último hace más de un año	4,9	3,5	6,8

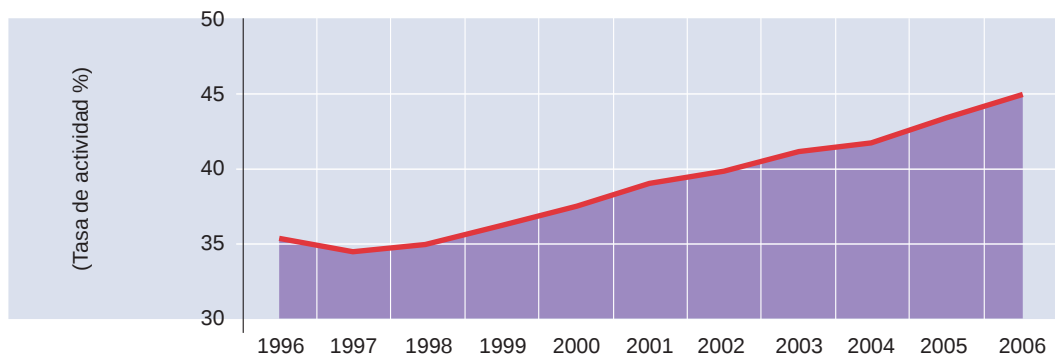
En cuanto a las previsiones de la tasa de actividad publicadas por el INE a través de la EPA, éstas marcan un crecimiento en Asturias para el 2020 de 2,89 puntos porcentuales con respecto a la actividad actual.

Referido ahora al número de ocupados en Asturias, éste ha crecido, según la EPA, en los últimos 10 años un 29,6% hasta alcanzar en el año 2006 las 423.600 personas. De esta manera, la tasa de ocupación en Asturias se sitúa en el 2006 en un 45,21%, ligeramente inferior a la tasa registrada en España (53,4%) y en Europa (66%).

Evolución de la tasa de ocupación en Asturias

(gráfico 5.4)

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa (EPA) Media anual. Varios años



De este total de ocupados, 273.400 corresponden al sector servicios que representan el 64,5% del total de empleos del Principado de Asturias, mientras otro 18,4% corresponden al sector industrial y un 11,5% al de la Construcción. El sector agrario es un sector minoritario que concentra sólo el 5,5% de los empleos.

Evolución de la población activa por sectores económicos en Asturias. (% s/total)

(cuadro 5,5)

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA) Media Anual. Varios años

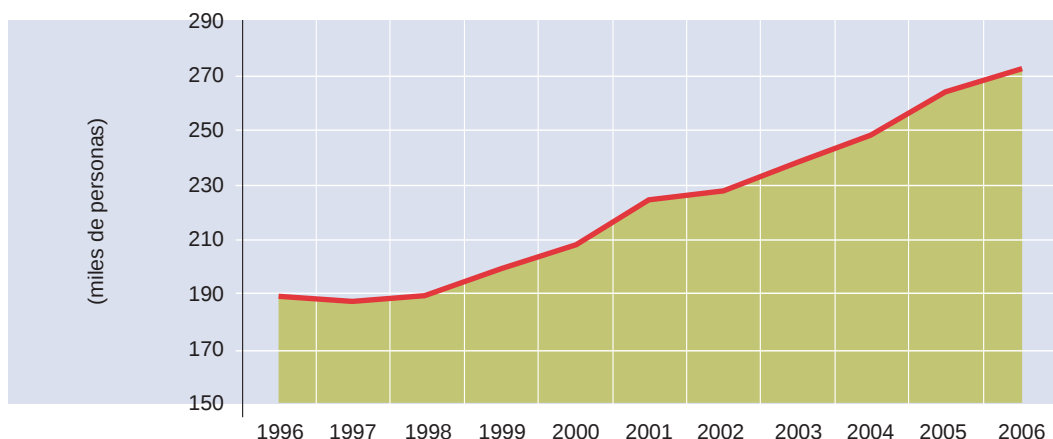
Datos Población en miles de personas. Tasa en %

	1996	2006	Δ%.06-96
Agricultura	37,55	23,50	-37,4%
Industria	70,18	77,90	+11,0%
Construcción	30,25	48,80	+61,3%
Servicios	188,93	273,40	+44,7%
Total	326,85	423,60	+29,6%

En términos de evolución el sector servicios ha sido según la EPA el segundo más dinámico en el decenio 1996/2006, con un aumento del número de ocupados del +44,7% frente a un +61% que ha experimentado el de la Construcción. Por su parte, el sector industrial ha crecido un +11% mientras el agrario-pesquero ha visto disminuir su número de empleados, en el período, un -37,4%.

Evolución de la población ocupada en Asturias en el sector servicios. 1996-2006*(gráfico 5.5)*

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa (EPA) Media anual. Varios años



De acuerdo a la información proporcionada por el INEM el número total de contratos en Asturias en 2006 fue de 316.648, de los cuales el 88,7% fueron contratos iniciales temporales, el 6,1% contratos convertidos en indefinidos y el 5,3% contratos iniciales indefinidos. Por sexo, el 51% de los contratos totales fueron para hombres y el 49% para mujeres

Contratación según actividad en Asturias. 2006*(cuadro 5.6)*

Fuente: INEM

Sectores económicos	Nº contratos	%
Agricultura y Pesca	3.234	1,02%
Industria	27.646	8,73%
Construcción	46.828	14,79%
Servicios	238.940	75,46%
Total	316.648	100,00%

Si se analiza el número de contratos por sector de actividad en Asturias durante el año 2006, se observa que la mayor parte de los contratos realizados correspondieron al sector servicios, 237.940 contratos (el 75,46%).

El número de contratos en el sector de la construcción supuso el 14,79%, seguido del sector industrial con el 8,73% de los contratos y del sector de Agricultura con tan solo el 1%.

Finalmente, respecto a las personas en paro -y según la media anual que ofrece la EPA-, en 2006 este colectivo ascendía a un total de 43.500 personas, de las cuales el 42% eran hombres y el 58%, mujeres.

En términos de evolución este número supone una reducción del -49,7% con respecto a la cifra de parados de hace 10 años, de manera que la tasa de paro asturiana se sitúa en 2006 en un 9,31%, frente al 20,92% del año 1996.

Una estimación de la tasa de paro por sectores económicos, calculada como cociente entre la media anual de población parada en cada uno de ellos y la correspondiente media anual de

población activa (siempre según la EPA), muestra que el sector servicios asturiano presenta la segunda tasa de paro más alta (6,35%) tras la de Construcción (7,81%) mientras que la de sector industrial es inferior al 5% (4,53%) y un escaso 1% la del sector agrario-pesquero (0,97%).

Evolución de la tasa de paro por sectores económicos en Asturias. (% s/total)

(cuadro 5.7)

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA) Media Anual. Varios años y elaboración propia.

%

	1996	2006	Δ%.06-96
Agricultura	2,34	0,97	-58,5%
Industria	8,63	4,53	-47,5%
Construcción	21,08	7,81	-63,0%
Servicios	13,11	6,35	-51,6%
Total	20,92	9,31	-55,5%

En términos de evolución, todos los sectores comparten la tendencia a la baja de sus respectivas tasas de paro entre los años 1996-2006 pero la más acentuada resulta ser la del sector de la construcción cuya tasa ha disminuido un -63%. En el caso del sector servicios la tasa de paro ha pasado de un 13,1% a un 6,35% lo que supone una mejora del 51,6%.

Si se analiza el desempleo de Asturias por municipios, se observa que la mayor parte de los parados se concentra en los municipios situados en la zona central del Principado de Asturias. En las poblaciones de Gijón, Oviedo y Avilés se concentra el 60% del total de desempleados de Asturias.

Desempleados en el sector servicios por municipios Asturias. Febrero 2007

(cuadro 5.8)

Fuente: INEM

Municipios	Nº desempleados	% s/total
Gijón	11.569	30,82%
Oviedo	7.875	20,98%
Avilés	3.222	8,58%
Mieres	1.761	4,69%
Langreo	1.778	4,74%
Siero	1.536	4,09%
Corvera de Asturias	660	1,76%
San Martín del Rey Aurelio	775	2,06%
Castrillón	807	2,15%
Otros municipios	7.550	20,12%
Total	37.533	100,00%

5.2. Perfil de los trabajadores del sector audiovisual español

Sector con elevado nivel de asalariados, joven en cuanto a edad y con predominio masculino

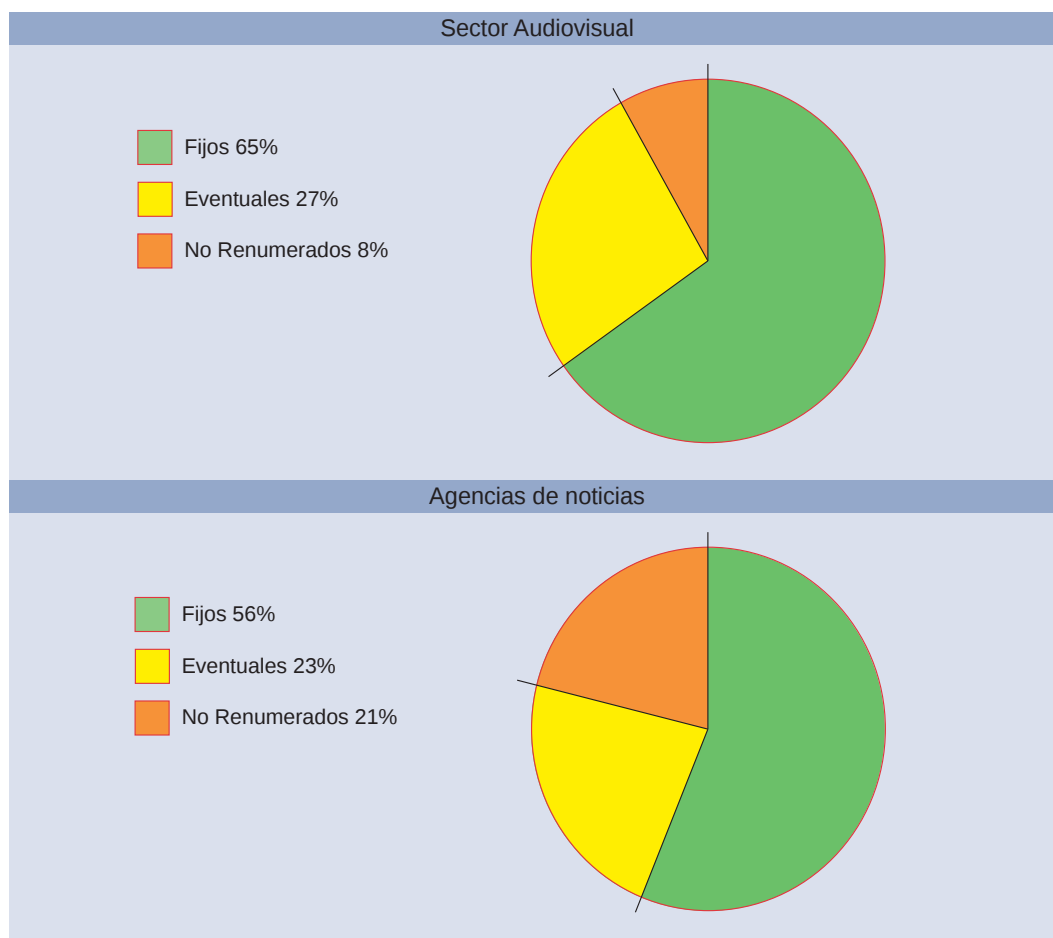
Según la Encuesta Anual de Servicios del INE, en el año 2004, el número de ocupados en el sector audiovisual (CNAE 921 y 922) español se sitúa en los 70.846 empleados. De este total, el 92% son empleados remunerados, de los cuales la mayoría (65%) tienen un contrato indefinido.

En las agencias de noticias (incluyendo CNAE 924, 925 y 927), el % de remunerados es inferior (del 78,6%), de los cuales el 56% son fijos.

Características de los ocupados en el sector audiovisual (CNAE 921+922) según régimen. %

(gráfico 5.6)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios 2004.(*). En la Encuesta de Servicios se agregan las CNAE 924, 925 y 927



Por edad, se observa que la mayor parte de los ocupados en el año 2001 tenían una edad inferior a los 40 años.

Calculando que estas personas en la actualidad tendrán 7 años más, se puede concluir que el 69% de los ocupados en el sector audiovisual tiene menos de 45 años.

En las agencias de noticias, la caracterización de los ocupados es similar y en la actualidad el 69% tendrá una edad inferior a los 45 años. Es por ello, que se puede concluir que el sector audiovisual es un sector con perspectivas de futuro en el que no se observan problemas de relevo generacional.

Ocupados en el sector audiovisual de España por régimen. 2004.

(cuadro 5.9)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios 2004.

(nº personas)

Régimen de ocupación	Sector Audiovisual (921,922)		Agencias de noticias (*)	
	Número	%	Número	%
Remunerados	65.002	91,7	70.246	78,6
Fijos	45.959	64,9	49.932	55,9
Eventuales	19.043	26,9	20.314	22,7
No Remunerados	5.844	8,3	19.141	21,4
Total	70.846	100,0	89.387	100,0

(*)En la Encuesta de Servicios se agregan las CNAE 924, 925 y 927.

Nº empleados en el sector audiovisual por estrato de edad en el sector audiovisual en España por actividad

(cuadro 5.10)

Fuente: Censo de Población y Viviendas 2001

(nº empleados y %)

Edad 2007	22-35	36-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66 y más
Edad 2001	16-29	30-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60 y más
Sector audiovisual (921+922)	27.667	26.193	8.804	6.027	4.520	2.887	1.743
% s/total	35,54%	33,65%	11,31%	7,74%	5,81%	3,71%	2,24%
Agencias de noticias	745	699	243	170	102	84	45
% s/total	35,68%	33,48%	11,64%	8,14%	4,89%	4,02%	2,16%

Atendiendo al sexo, es un sector dominado por el sexo masculino, con un 60% de empleados varones. En el caso de las agencias de noticias (924, 925 y 927), sin embargo, hay un mayor equilibrio, con un 54% de hombres y un 46% de mujeres.

Ocupados en el sector audiovisual por sexo. 2004

(cuadro 5.11)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios 2004.

(nº personas)

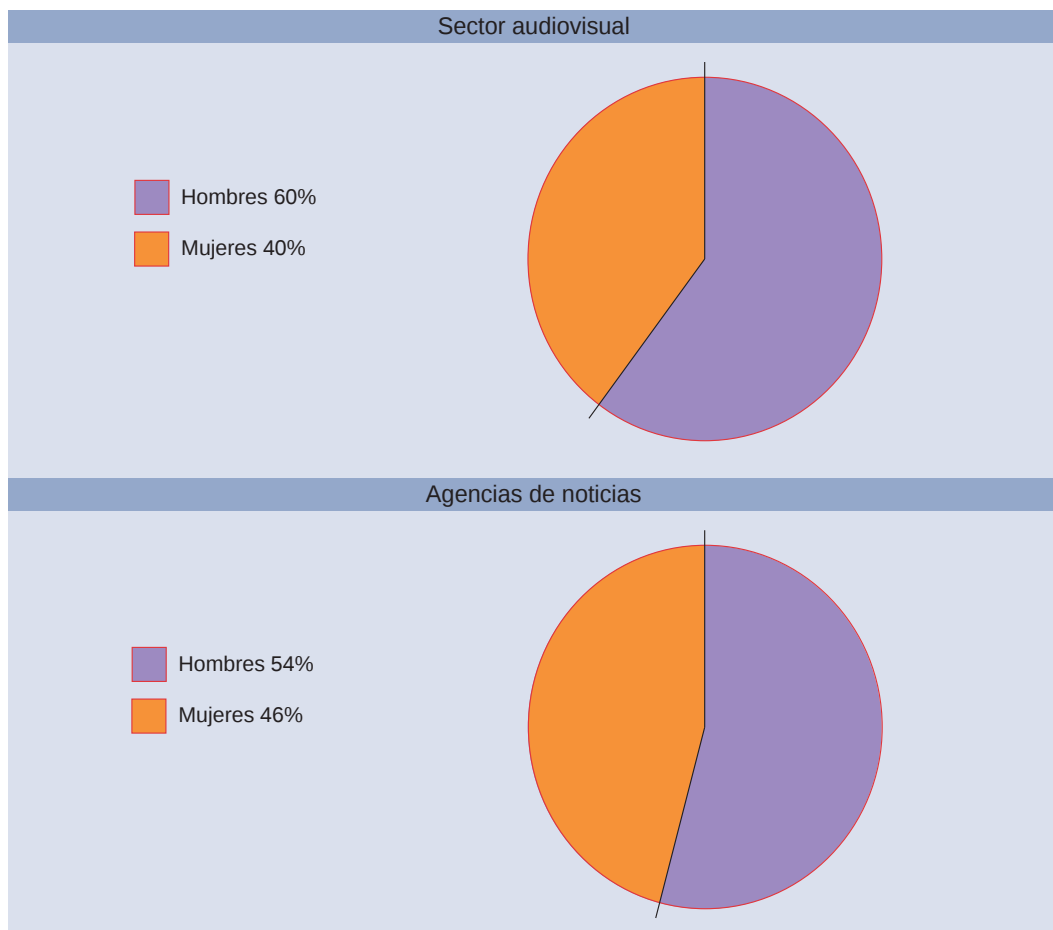
Sexo	Sector Audiovisuales (921,922)		Agencias de noticias (*)	
	Número	%	Número	%
Hombres	42.210	59,6	48.321	54,1
Mujeres	28.636	40,4	41.067	45,9
Total	70.846	100,0	89.388	100,0

(*)En la Encuesta de Servicios se agregan las CNAE 924, 925 y 927.

Características de los ocupados en el sector audiovisual (CNAE 921+922) según sexo. %

(gráfico 5.7)

Fuente: INE. Encuesta de Servicios 2004.(*) En la Encuesta de Servicios se agregan las CNAE 924, 925 y 927

**5.3 Perfil de los trabajadores del sector audiovisual en asturias**

Los ocupados asturianos (CNA 921 y 922) suponen el 1,4% del total estatal y comparten su condición de profesionales jóvenes y con predominio masculino.

Centrando el análisis del mercado laboral audiovisual asturiano, el número total de ocupados en el 2001 (Censo de Población y Viviendas) era de 1.008 personas, 233 empleos en el subsector del cine y vídeo (23%) y 775 en el subsector de la televisión y la radio (77%). Las actividades de agencias de noticias, por su parte, aglutinan 33 empleos.

Ocupados en el sector audiovisual de Asturias. 2001

(cuadro 5.12)

Fuente: INE. Censo de Población y Viviendas 2001

(nº personas)

	Nº ocupados
Actividades cinematográficas y de vídeo (921)	233
Actividades de radio y televisión (922)	775
Actividades de agencias de noticias (924)	33
Total	1.041

Nº empleados en el sector audiovisual por estrato de edad en el sector audiovisual en Asturias por actividad *(cuadro 5.13)*

Fuente: Censo de Población y Viviendas 2001

(nº empleados y %)

Edad 2007	22-35	36-45	46-50	51-55	56-60	61-65	>65	Total
Edad 2001	16-29	30-39	40-44	45-49	50-54	55-59	>65	Total
Sector audiovisual	416	270	111	75	59	50	27	1.008
% s/total	41,27%	26,79%	11,01%	7,44%	5,85%	4,96%	2,68%	100,00%
Agencias de noticias	16	7	4	4	0	2	0	33
% s/total	48,48%	21,21%	12,12%	12,12%	0,00%	6,06%	0,00%	100,00%

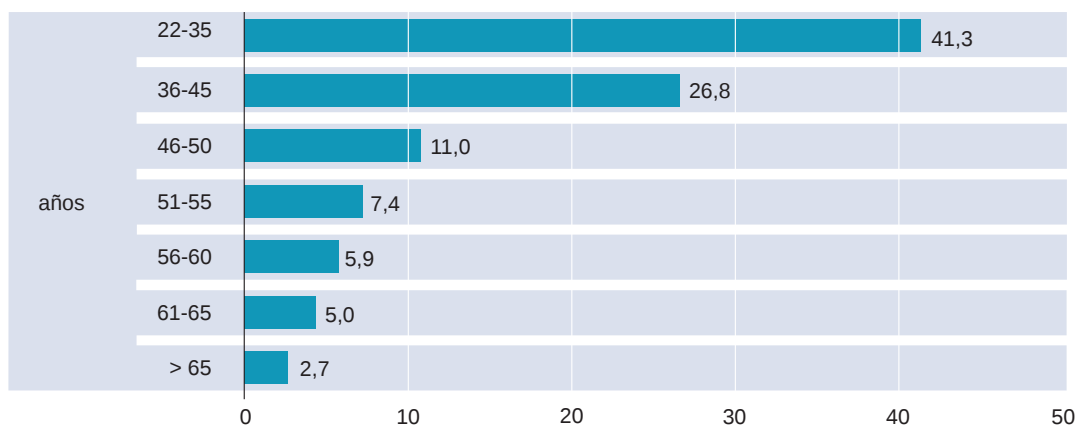
A la vista de los datos puede decirse que se trata de un sector joven con un 68% de los empleados con menos de 40 años en 2001.

En la actualidad, y transcurridos 6 años, cabe pensar que este % (68%) concentra a los ocupados con menos de 45 años por lo que se puede concluirse que se trata de un sector sin problema de relevo generacional.

En el caso de las agencias de noticias, el % de ocupados con menos de 40 años es incluso superior, llegando a alcanzar el 70% de los empleos totales.

Distribución de los empleados del sector audiovisual asturiano según estratos de edad (%) *(gráfico 5.8)*

Fuente: Censo de Población y Viviendas 2001 y elaboración propia



La encuesta confirma las características sociodemográficas de los ocupados asturianos

Una estimación de los empleos del sector audiovisual asturiano a partir de los datos obtenidos en las encuestas realizadas, sitúa el número de ocupados en los subsectores de fotografía, tv locales y productoras independientes en torno a las 755 personas.

La distribución de este empleo por sexo confirma también el predominio masculino (58%), especialmente entre las productoras (73%) mientras que las televisiones locales presentan una distribución más equitativa entre ambos sexos.

**Estimación del nº empleados en el sector audiovisual en Asturias.
Subsectores de fotografía, productoras y tv locales**

(cuadro 5.14)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007.

(nº empleados y %)

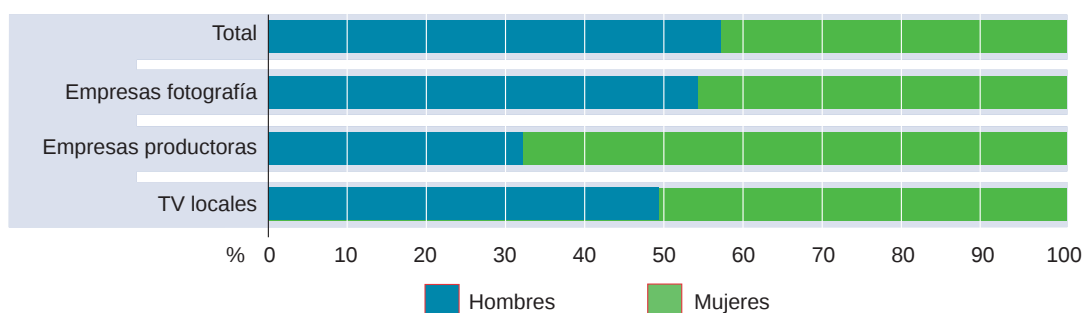
Empresa	Nº total empresas	Tamaño medio	Nº empleados
Fotografía	98	1,5/6,3(*)	287
Productoras	27	5,2	140
TV Locales	12	19,0	228
Total	137	--	655
RTPA			100
Total			755

(*) Se supone que el 70% de las empresas de fotografía cuentan entre 1 y 2 empleados (1,5 empleos) y al restante 30% se le aplica el tamaño medio obtenido en las empresas de tres o más empleados de la muestra en este subsector (6,3 empleos)

**Características de los empleados en el sector audiovisual asturiano.
Sexo. 2007 (%)**

(gráfico 5.9)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007

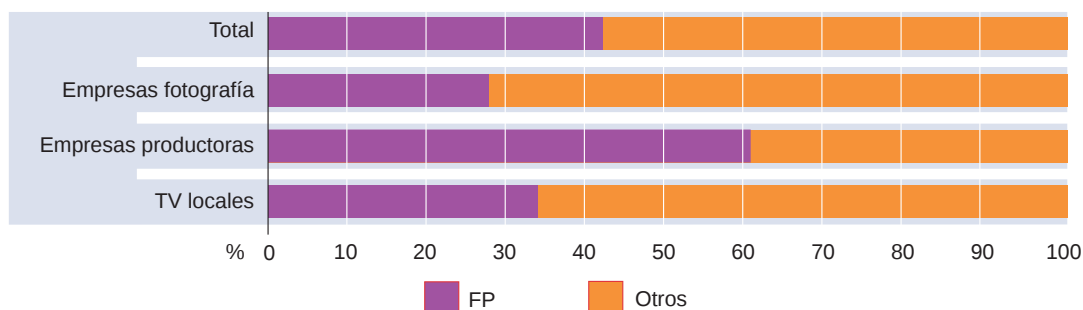


En cuanto al nivel de formación alcanzado entre los empleados en el sector audiovisual en Asturias depende en gran medida de la actividad de la empresa. Las empresas productoras son las que en mayor medida contratan a profesionales con estudios de formación profesional (el 61% de sus ocupados), mientras las empresas de fotografía (28% FP) y televisiones locales (34% FP) prefieren a especialistas con otro tipo de estudios.

**Características de los empleados en el sector audiovisual asturiano.
Nivel de formación. 2007 (%)**

(gráfico 5.10)

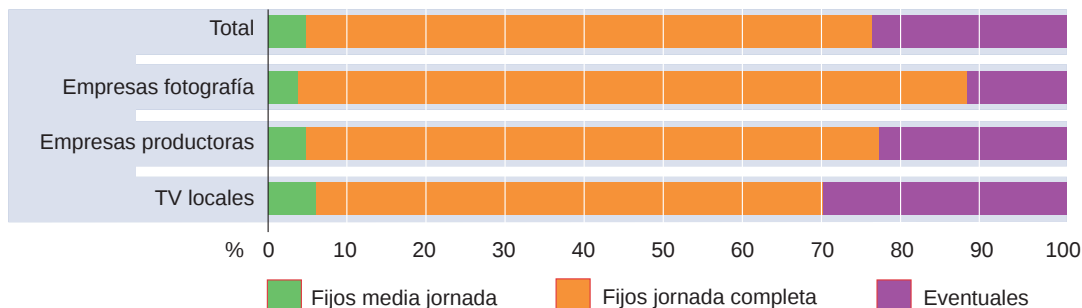
Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Características de los empleados en el sector audiovisual asturiano. Tipo de contrato. 2007 (%)

(gráfico 5.11)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



El 76% de los empleados en el sector audiovisual asturiano posee un tipo de contrato fijo (71% a jornada completa y 7% a media jornada), por lo que tan solo el 24% tiene un contrato temporal. Por actividades, no hay grandes diferencias en este sentido, si bien se observa una mayor contratación indefinida con respecto a la media entre las empresas de fotografía (84% fijos). Las televisiones locales, por su parte, son el tipo de empresa audiovisual con mayor porcentaje de trabajadores eventuales (30%), mientras que la contratación de las empresas productoras es similar a la media del audiovisual asturiano (23% eventuales).

5.4 Valoración del mercado de trabajo por parte de las empresas audiovisuales asturianas

5.4.1 Evolución reciente y futura del empleo

En los últimos tres años el empleo ha crecido más en los subsectores de la producción independiente y de las tv locales que en el de la fotografía que muestra mayor estabilidad. A futuro cada subsector mantiene la misma tendencia.

Desde una perspectiva temporal, la valoración que hacen las empresas asturianas consultadas sobre la evolución que ha experimentado el empleo en los tres últimos años es diferente según se trate de empresas del subsector de fotografía o de la producción independiente o las televisiones locales.

En el primer caso, empresas de fotografía -entre las cuales abundan las empresas con 1 y 2 empleos-, la valoración más extendida es la de la estabilidad del empleo (62%) mientras otro 31% ha reconocido que el empleo ha aumentado.

En el caso de las productoras independientes (5,2 empleos por término medio), el 56% reconoce que su empleo ha crecido en los últimos tres años mientras otro 44% dice que se mantiene estable por lo que ninguna productora ha visto reducido su empleo en el último trienio.

Por último, respecto a las televisiones locales (19 empleos de media) cabe decir que, entre éstas, la evolución positiva del empleo es también más reconocida (50%) que la estabilidad del mismo (33%) aunque en este subsector hay un 17% de las tv consultadas que ha reconocido que su empleo ha disminuido.

Evolución del empleo desde la perspectiva de las empresas

(cuadro 5.15)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual. 2007

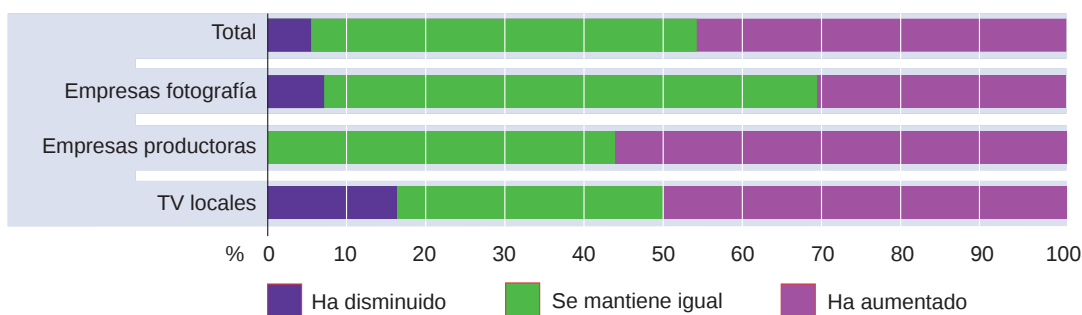
%

	Tipo de empresa			Total
	Fotografía	Productoras	TV locales	
Evolución reciente del empleo				
En los últimos 3 años, el número de empleados de su empresa:				
Ha disminuido	7,7		16,7	5,7
Se mantiene igual	61,5	43,8	33,3	48,6
Ha aumentado	30,8	56,3	50,0	45,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Evolución futura del empleo				
Piensa que en los próximos 3 años el número de empleados de su empresa:				
Disminuirá	7,7	--	--	2,9
Se mantendrá igual	53,8	12,5	16,7	28,6
Aumentará	30,8	68,8	66,7	54,3
Ns/nc	7,7	18,8	16,7	14,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Evolución reciente del empleo (últimos 3 años) según valoración de las empresas audiovisuales asturianas (%)

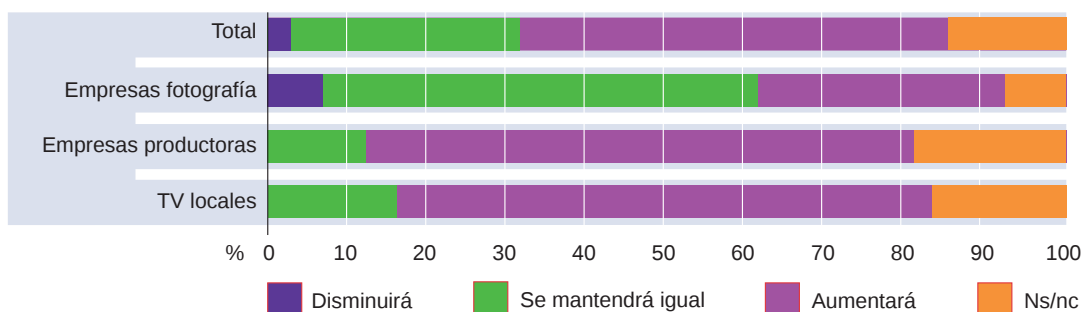
(gráfico 5.12)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007

**Evolución futura del empleo (próximos 3 años) según valoración de las empresas audiovisuales asturianas (%)**

(gráfico 5.13)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



A futuro, tanto las productoras independientes como las tv locales se muestran optimistas sobre el empleo, de tal manera que dos de cada tres creen que el número de empleados de su empresa aumentará en los próximos tres años.

En el caso de las empresas de fotografía, algo más de la mitad (54%) de las consultadas cree, sin embargo, que no habrá cambios en el número de empleos de su empresa mientras otro 31% sí tiene expectativas de crecimiento.

A la vista de estas apreciaciones de las empresas una cosa sí aparece clara: el sector audiovisual en Asturias no es un sector en declive; al contrario, su evolución futura se prevé creciente acorde también a un escenario europeo y estatal en expansión tanto en agentes interviniendo, soportes disponibles, nuevos productos, demandas de operadores, empresas etc.

Tratando de traducir esta valoración positiva de la evolución del empleo en una estimación del crecimiento del empleo que cabe esperar en el Sector Audiovisual asturiano para el próximo trienio, se ha procedido de la siguiente manera:

- En primer lugar se ha considerado el porcentaje de empresas encuestadas que prevén un aumento del empleo en los próximos 3 años.
- Seguidamente se ha aplicado dicho porcentaje al número total de empresas del sector (según consta en el cuadro 5.14) para obtener así el nº total de empresas audiovisuales asturianas que prevén un aumento de empleados.
- Se ha calculado el empleo actual de dichas empresas aplicándoles el tamaño medio considerado en el cuadro 5.14 para cada tipo de empresa, lo que permite obtener el nº actual de empleados en esas empresas que prevén aumentar su empleo en el próximo trienio.
- Se calcula la tasa de crecimiento del empleo en el sector Servicios en Asturias en los últimos 3 años (2003-2006) según la Encuesta de Población Activa del INE que da como resultado un índice del +14%.

A partir de este dato se han formulado 3 hipótesis de crecimiento del empleo en el Sector Audiovisual asturiano:

- Hipótesis 1: El ritmo de crecimiento previsto para el próximo trienio en el sector Servicios en Asturias se desacelera con respecto al registrado en los últimos 3 años y pasa de un +14% a un +10%.
- Hipótesis 2: El ritmo de crecimiento previsto para el próximo trienio en el sector Servicios en Asturias se mantiene en el mismo +14% de los últimos 3 años.
- Hipótesis 3: El ritmo de crecimiento previsto se acelera con respecto al registrado en los últimos 3 años por el sector Servicios en Asturias y se sitúa en una tasa del +20%.

Aplicando estas tasas al empleo actual de las empresas audiovisuales asturianas que prevén crecer se estima que el número de nuevos empleos creados en el Sector se situaría en un intervalo que oscila entre los 34 empleos (según la hipótesis más pesimista) y los 68 empleos (según la hipótesis más optimista).

En caso de mantenerse el mismo ritmo de crecimiento que el experimentado por el Sector Servicios en los últimos 3 años, el empleo de nueva creación se situaría en torno a los 47 empleados.

Previsión estimada de crecimiento del empleo en el Sector Audiovisual Asturiano para el próximo trienio *(cuadro 5.16)*

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual. 2007

%

	Tipo de empresa			Total
	Fotografía	Productoras	TV locales	
Según encuesta:				
Empresas audiovisuales asturianas que piensan que su empleo crecerá en el próximo trienio	30,8%	68,8%	66,7%	54,3%
Nº empresas del sector audiovisual en Asturias (ver cuadro 5.14)	98	27	12	137
Nº de empresas del sector audiovisual asturiano cuyo empleo aumentará en el próximo trienio	30	19	8	57
Nº de empleos actuales que suman las empresas que prevén aumentar su nº empleados (ver cuadro 5.14 tamaño medio)	88	99	152	339
Creación de empleo en el próximo trienio (nº empleos)				
Hipótesis 1: el empleo en el sector Servicios crecerá el próximo trienio un +10% (frente al +14% que ha crecido en el último trienio)	9	10	15	34
Hipótesis 2: el empleo en el sector Servicios crecerá el próximo trienio también un +14% (es decir se mantiene la misma tasa)	12	14	21	47
Hipótesis 3: el empleo en el sector Servicios crecerá el próximo trienio un +20% (se acelera la tasa)	18	20	30	68

5.4.2 La contratación de nuevos profesionales: una cuestión de cierta dificultad

El 63% de las empresas reconoce que tiene dificultades para encontrar personal técnico que tiende más a contratarlos a través de medios como el boca a boca, anuncios en prensa, currículums recibidos, etc. que recurriendo a los Centros formativos (34%) o al Servicio de Empleo(3%)

Ahondando en lo que es la relación de las empresas audiovisuales asturianas con el mercado de trabajo, la encuesta planteó algunas cuestiones relacionadas con la contratación de los profesionales.

En concreto –y de cara a avanzar en la determinación de necesidades de formación- interesaba saber si las empresas audiovisuales encuentran sin dificultad, en Asturias, personal debidamente capacitado para sus necesidades y si no lo hacen, en qué se concretan esas dificultades, es decir si se trata más una cuestión de capacitación técnica o es de tipo más general (conocimiento de idiomas, de informática, ...) o es una cuestión de cultura de trabajo, etc.

Igualmente se indagó sobre cómo están en la actualidad reclutando esos profesionales, es decir a qué tipo de agentes, entidades u organizaciones están recurriendo para localizar profesionales de cara a su contratación.

A la vista de los resultados, cabe decir que hoy por hoy las empresas tienen una cierta dificultad para encontrar personal técnico que se ajuste a sus necesidades o, al menos así lo reconoce el 63% de las empresas encuestadas, porcentaje que aumenta sobre todo en el caso de las empresas de fotografía (69%) y de las televisiones locales (67%).

Se trata sobre todo de una capacitación técnica específica (50%) cuya demanda aumenta más en las empresas de fotografía (78%). En este caso se trata, como se verá más adelante en el capítulo de Formación, de conocimientos para el manejo del equipamiento cada vez más informatizado que se utiliza en fotografía, programas específicos como el Photoshop, programas de autoedición, etc.

Previsión estimada de crecimiento del empleo en el Sector Audiovisual Asturiano para el próximo trienio (cuadro 5.17)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual. 2007

%

	Tipo de empresa			Total
	Fotografía	Productoras	TV locales	
Valoración de la oferta actual de profesionales				
Recientemente ¿ha tenido dificultades para encontrar personal técnico que se ajuste a sus necesidades?				
Sí	69,2	56,3	66,7	62,9
No	30,8	43,8	33,3	37,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Qué tipo de dificultades? (base empresas que han reconocido dificultades (63%))				
Sólo de capacitación técnica específica	77,8	27,3	25,0	50,0
Sólo de capacitación general (idiomas, informática, etc.)	--	--	--	--
De capacitación tanto técnica como general	--	18,2	--	9,1
De disposición o actitud ante el trabajo	--	--	--	--
De capacitación técnica y disposición o actitud	--	9,1	25,0	9,1
Otros	22,2	27,3	50,0	31,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Contratación de profesionales				
¿Dónde recurre preferentemente o recurriría para contratar nuevos profesionales:				
A los Centros formativos	38,5	18,8	66,7	34,3
Al Servicio de Empleo	--	6,3	--	2,9
A la Asociación que pertenezco	7,7	--	--	2,9
A otros profesionales/empresas	7,7	25,0	16,7	17,1
A otros: prensa, curriculum recibidos, conocidos, Internet, boca a boca, etc.	46,2	43,8	16,7	40,0
Ns/nc	--	6,3	--	2,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

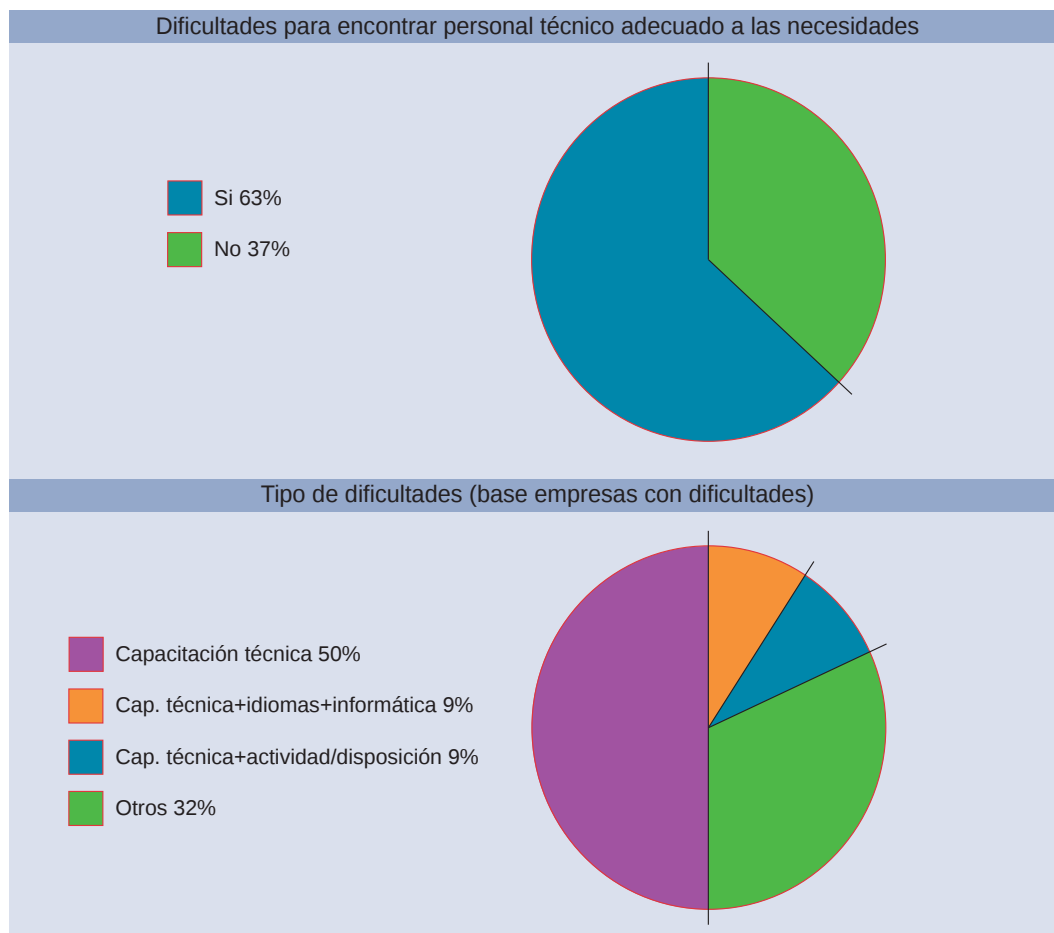
En el caso de las productoras independientes, las empresas aluden tanto a dificultades derivadas de la capacitación técnica específica, como de conocimientos generales de idiomas, informática, u otro tipo de capacitación. Es el subgrupo con dificultades más diversificadas y que, de acuerdo a lo que posteriormente concretan como necesidades formativas, tiene que ver con los procesos de producción y de realización, con técnicas de venta, con la realización de guiones, etc.

En cuanto a las televisiones locales, comparten con las productoras las dificultades para abordar procesos de producción y realización pero en la medida en que son estructuras de mayor tamaño, aparece también como área relevante la relacionadas con las actitudes y la disposición al trabajo.

Valoración de la oferta actual de profesionales

(gráfico 5.14)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



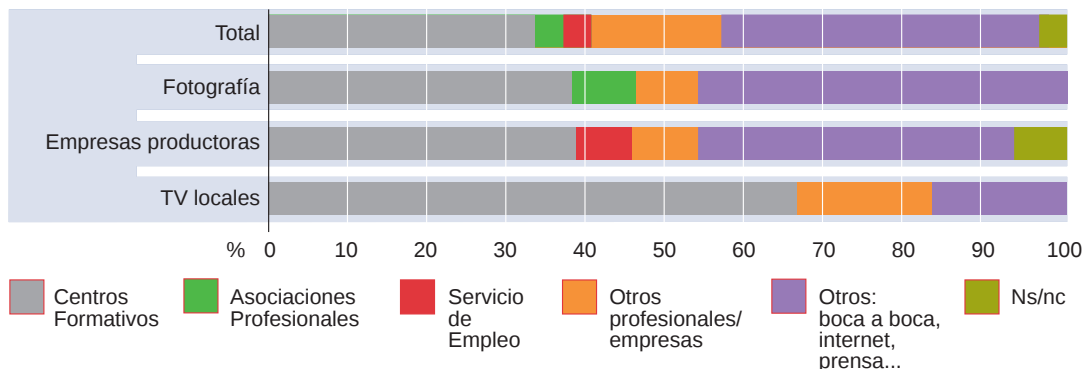
Finalmente, hay que señalar que en las empresas consultadas, la forma de reclutar los profesionales, es cuando menos variada y con diferencias según el subsector.

Las televisiones locales son las que más recurren a los Centros Formativos (67%) para las que, además, son la principal fuente de reclutamiento. Sin embargo el recurso a esta oferta está mucho menos extendido entre las productoras independientes (19%) que optan más por recurrir a medios menos institucionales o reglados como son el boca a boca, conocidos, Internet, anuncios en prensa, curriculums etc. así como también a otros profesionales o empresas.

Principales agentes a los que se recurre en las empresas audiovisuales asturianas para la contratación de profesionales (%)

(gráfico 5.15)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Finalmente, en el caso de las empresas de fotografía, conviven ambas tendencias. Por un lado se contrata bastante recurriendo a conocidos, boca a boca, curriculums, anuncios en prensa, Internet etc. (46%) pero también recurriendo a los Centros Formativos (39%).

5.4.3 Tipo de ofertas actualmente existentes

Un breve análisis de páginas de Internet como "Laboris" o "Infojobs" permiten comprobar la existencia actualmente de ofertas en el sector audiovisual en Asturias, donde además de competencias técnicas, aparecen también solicitudes que demandan competencias de tipo más creativo bien sea como diseñador, redactor o director de arte.

Cabe destacar las siguientes:

- Responsable de Comunicación en Gijón (para Wesser & Partner).
- Director de Arte en Oviedo (para Arrontes y Barrera, s.l.l.).
- Copy-Creativo en Oviedo (para Arrontes y Barrera, s.l.l.).
- Diseñador creativo en Oviedo (para Elite Publicaciones).
- Copy / Redactor Creativo en Oviedo (para Impact 5).
- Diseñador Gráfico en Oviedo (para Impact 5).
- Redactor de contenidos con portugués en Gijón (para Alisys Software).
- Operador de cámara, realizador, editor en Oviedo (para Ondas).

Por otra parte, en una página del Centro CIDISI se ha ofrecido (durante el año 2007) diferentes ofertas laborales –todas de tipo técnico- relacionadas con el sector. Destacan las siguientes:

- Proceso de convocatoria de oferta de empleo de 758 plazas fijas para RTVE.
- Técnico de sonido e iluminador en Ribadeo.
- Operadores de Cámara para cubrir Vuelta Ciclista a Asturias (2 plazas).
- Técnicos superiores en Sonido (2 plazas).
- Fotógrafo y Operador de Cámara para reportaje social.
- Editor-Diseñador gráfico y Operador de Cámara para Cuencas Mineras TV.
- Operadores de cámara para DP Comunicación (2 plazas).
- Operador de cámara para EMP.
- Operador de cámara para Localia Asturias.
- Editor.
- Técnicos de sonido, iluminación, maquinistas para Teatro Torrelavega (ETT EULEN).
- Técnico de sonido para Asturdisco.

5.5 La aportación de la RTPA

Además de una estructura de profesionales formada por unas 100 personas, en 2006 la RTPA hizo una convocatoria de puestos para contrato en prácticas.

Empleo de RTPA

(cuadro 5.18)

Fuente: Página web de RTPA y elaboración propio

Puesto	Nº admitidos a pruebas	Aprobados Nº	%	Coeficiente de contratación
Estructura actual				
100 profesionales				
Contrato indefinido según oferta de 2006				
Técnico medio de explotación (incluido en estructura actual)		1		
Contrato en prácticas según oferta de 2006				
Técnico medio de explotación audiovisual	3	2	10%	66,7%
Técnico de imagen	10	2	10%	20,0%
Técnico de grafismo e infografía	Convocatoria desierta			
Redactores	30	9	45%	30,0%
Técnico superior de antena y contenidos (producción)	21	6	30%	28,6%
Secretario de redacción, producción y programación	23	1	5%	4,4%
Total contratos en prácticas	87	20	100%	23%

Los puestos con mayor número de candidaturas han sido redactores (30), secretario de redacción, producción y programación (23) y técnico superior de antena (21) aunque el volumen de contratación posterior es desigual.

Tanto redactores (9) como técnicos superiores de antena (6) son los puestos más contratados y resulta un coeficiente de contratación en torno al 29-30% de los candidatos.

En el caso del puesto de secretario de redacción, producción y programación sólo se ha contratado a uno de los 23 candidatos, lo que resulta un índice del 4%.

Desde la perspectiva de la formación para el manejo de los equipos, dada su condición de equipos únicos en España, ésta se hace en las propias instalaciones de la RTPA. En el caso de los redactores, sin embargo, se recurre al IORTVE (Instituto Oficial de Radio Televisión Española).

6 :: LAS OCUPACIONES DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN ASTURIAS

6.1 Ocupaciones identificadas

Para identificar las necesidades de formación existentes en el sector audiovisual se consideró oportuno impulsar un proceso ordenado que debería culminar en la determinación de las necesidades formativas y cuyas fases han sido las siguientes:

-Realizar en primer lugar un inventario marco de las ocupaciones que están presentes en los diferentes subsectores de producción audiovisual, aceptando dos circunstancias que requerirá a posteriori una depuración. Por un lado que habrá subsectores y ocupaciones que no tienen entidad en el sector asturiano y, por otro, que habrá ocupaciones que se repiten en varios subsectores. En relación a éstos se consideraron a priori los siguientes:

- Producción videográfica y de televisión.
- Producción multimedia.
- Animación.
- Producción fotográfica.
- Sonido.
- Producción cinematográfica.

-Una vez elaborado en cada subsector el correspondiente inventario, se procedió a identificar en primer lugar, a través de un trabajo de campo con profesionales expertos, aquellos subsectores que están presentes en el sector asturiano.

-Como resultado de esta consulta se concluyó que tanto el subsector de la animación como el de la producción cinematográfica no tienen de momento entidad en Asturias por lo que las ocupaciones a identificar se referirían sobre todo a la producción videográfica y de televisión, a la producción multimedia (incipiente), a la producción fotográfica y al sonido.

-En un segundo trabajo de campo (encuestas a empresas) se pasó a determinar qué ocupaciones están presentes en cada subsector. El indicador principal para ello ha sido la contratación efectiva de las empresas asturianas de las ocupaciones propuestas y si lo han hecho directamente en el mercado asturiano o se han visto obligados a recurrir a profesionales de fuera de Asturias.

-Por último, se determinó si estas ocupaciones están cubiertas con la oferta formativa actual, valorando si hace falta desarrollar nueva oferta, adaptar la existente o, por el contrario, es una ocupación con una formación ajustada a las necesidades de las empresas.

Las ocupaciones identificadas en cada uno de los subsectores anteriormente mencionados, y punto de partida del proceso mencionado, han sido las siguientes:

Subsector de producción videográfica y de televisión	
Equipo preproducción	
Guionista	Diseñador gráfico
Equipo producción	
Productor	Ayudante producción
Dtor. programa/editor	Jefe producción
Equipo realización	
Realizador	Regidor
Script	Diseñador gráfico
Equipo redacción	
Jefe redacción	Redactor
Reportero gráfico (ENG)	Documentalista
Equipo casting	
Director de casting	
Equipo de Cámara	
Director Fotografía	Operador cámara de cine o vídeo
Operador reportero de cámara de vídeo	Controlador de Imagen
Equipo de Sonido	
Sonidista (Jefe Sonido)	
Equipo de Iluminación	
Iluminador	Luminotécnico
Equipo de Maquinistas	
Jefe de Maquinistas	Maquinista/gruista
Equipo de Decoración y ambientación/atrezzo	
Director Artístico	Decorador
Ambientador	Attrezzista
Equipo de Vestuario/Estilismo	
Estilista/Figurinista	
Equipo de Maquillaje y Peluquería	
Maquillador	Peluquero
Equipo de Construcción	
Jefe de Construcción	Jefe de Carpintería
Jefe Pintura/empapelador	Jefe de Modelaje
Constructor Atrezzo	
Equipo de Edición de Video y Audio	
Editor Montador de Vídeo	Editor de Video
Operador de VTR	Editor de Audio
Técnico de efectos especiales	Técnico de Efectos Sala
Equipo Técnico	
Técnico en electrónica de comunicaciones	Especialista de montaje (de equipos técnicos)

Subsector de producción fotográfica

Equipo técnico

Técnico de Laboratorio de Imagen
Técnico en Fotografía Comercial y Publicitaria
Técnico en Retoque Fotográfico, Diseño Gráfico y Autoedición
Fotógrafo de prensa

Subsector de sonido

Equipo técnico

- Técnico de realización de Audiovisuales y Espectáculos
- Técnico en sonido directo y sonorización de espectáculos
- Técnico de Edición y Post-producción digital
- Técnico especialista en grabación y post-producción musical

Subsector de producción multimedia

Equipo producción

Productor ejecutivo	Responsable comercial
Gestor de proyectos	Jefe producción

Equipo Técnico

Director técnico	Programador
Director de arte	Diseñador
Maquetista	Montador
Web master	

Subsector de animación

Equipo producción

Productor ejecutivo	Jefe producción
Realizador	

Equipo Técnico

Director Artístico	Dibujante story board
Responsable de character Set up	Animador
Intercalador	Modelador
Texturizador	Diseñador de decorados
Responsable de Layout 3D	Responsable de Render
Técnico de Sonido	Iluminador de 3D
Programador	Doblador

Subsector de producción cinematográfica	
Equipo preproducción	
Guionista	Dialoguista
Documentalista	Diseñador gráfico
Equipo producción	
Producción:	
Productor	Productor ejecutivo
Director producción	Jefe producción
Dirección:	
Director	Ayudante Dirección
Script	
Equipo casting	
Director de Casting	
Equipo de Cámara	
Director Fotografía	Operador de Cámara, Foto-Fija
Equipo de Sonido	
Sonidista (Jefe Sonido)	
Equipo de Iluminación	
Luminotécnico	
Equipo de Maquinistas	
Maquinistas	
Equipo de Decoración y ambientación/atrezzo	
Director Artístico	Decorador
Ambientador decorado	Attrezzista
Equipo de Vestuario	
Figurinista/estilista	
Equipo de Maquillaje y Peluquería	
Caracterizador	Maquillador
Peluquero	
Equipo de Construcción	
Jefe de Construcción	Jefe de Carpintería
Jefe Pintura/empapel	Jefe de Modelaje
Equipo de Montaje	
Montador Imagen	Etalonador
Montador de Sonido	Operador telecine
Director doblaje	Técnico efectos especiales
Técnico de mezclas	Técnico de efectos de sala

Como ya se ha comentado anteriormente, la identificación de las ocupaciones cuyos resultados se recogen en el apartado siguiente, se centran en aquellos subsectores que los expertos consultados han considerado conforman el sector audiovisual asturiano hoy en día.

6.2 Presencia de ocupaciones en la actividad de las productoras asturianas

6.2.1 Subsector de producción videográfica y de televisión: productoras

Una característica del sector audiovisual en general es el pequeño tamaño de sus empresas, muchas de las cuales no tiene empleados. De los datos recabados en el trabajo de campo realizado se desprende que, efectivamente, no todas las productoras han contratado profesionales aunque sí lo han hecho una mayoría resultando un índice de contratación de profesionales entre las empresas productoras del 69% mientras otro 31% no ha contratado..

Se han identificado hasta un total de 44 ocupaciones vinculadas con la producción videográfica y de televisión aunque el nivel de contratación de cada una de éstas por parte de las productoras independientes es muy desigual, como puede observarse en la relación adjunta.

Ocupaciones más contratadas por las productoras asturianas*(cuadro 6.1)*

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007.

Base: empresas productoras que han contratado profesionales (69%)

Ocupación	% de empresas que han contratado
Operador cámara de cine o vídeo	100,0
Productor	81,8
Editor de Vídeo	63,6
Ayudante producción	36,4
Redactor	36,4
Diseñador gráfico	27,3
Dtor programa/editor	27,3
Editor Montador de Vídeo	27,3
Sonidista (Jefe Sonido)	27,3
Controlador de Imagen	18,2
Director Artístico	18,2
Diseñador gráfico	18,2
Estilista/Figurinista	18,2
Guionista	18,2
Iluminador	18,2
Jefe de Maquinistas	18,2
Jefe redacción	18,2
Luminotécnico	18,2
Maquillador	18,2
Maquinista/gruista	18,2
Operador de VTR	18,2
Operador reportero de cámara de vídeo	18,2
Realizador	18,2
Técnico de efectos especiales	18,2
Ambientador	9,1
Attrezzista	9,1
Constructor Atrezzo	9,1
Decorador	9,1
Director de casting	9,1
Director Fotografía	9,1
Documentalista	9,1
Editor de Audio	9,1
Especialista de montaje (equipos técnicos)	9,1
Jefe de Carpintería	9,1
Jefe de Construcción	9,1
Jefe de Modelaje	9,1
Jefe Pintura/empapel	9,1
Jefe producción	9,1
Peluquero	9,1
Regidor	9,1
Reportero gráfico (ENG)	9,1
Script	9,1
Técnico de Efectos Sala	9,1
Técnico en electrónica de comunicaciones	9,1

3 ocupaciones destacan en este subsector de la producción videográfica y de televisión por su índice de contratación. Son:

- Operador de cámara de cine o vídeo (100% de las empresas).
- Productor (82% de las empresas).
- Editor de vídeo (64% de las empresas).

Por su presencia generalizada entre las productoras que contratan, se consideran como las ocupaciones centrales de la actividad de producción videográfica y para televisión y que ilustran una orientación sobre todo de tipo técnico.

Tras ellas aparecen otras dos ocupaciones con un índice de contratación similar (36%) y donde se incorpora también a través de la figura del redactor, la atención a la creación de contenidos. Estas dos ocupaciones son:

- Ayudante de producción.
- Redactor.

Les siguen otras cuatro con un índice de contratación del 27% mientras el resto de ocupaciones resultan de presencia más minoritaria con unos índices de contratación entre el 9% y el 18%. Las cuatro ocupaciones con un índice del 27% son:

- Diseñador gráfico.
- Director de programa/editor.
- Editor/montador de vídeo.
- Sonidista.

Se trata de ocupaciones nuevamente de orientación técnica y que desde la perspectiva del proceso de producción están orientadas tanto al de producción (diseñador gráfico, director de programa, editor..) como también al de post-producción (editor/montador de video y sonidista).

- El 69% de las productoras han contratado profesionales.**
- En las ocupaciones contratadas predomina el componente técnico sobre el creativo.**
- De un total de 44 ocupaciones identificadas, las centrales son tres: operador de cámara, productor y editor de video.**
- Desde la perspectiva de los procesos, el menos atendido es el de la preproducción.**

6.2.2 Subsector de producción videográfica y de televisión: tv locales

Todas las televisiones locales han recurrido a la contratación de profesionales aunque el índice de cada ocupación es muy variable, acorde también a la variabilidad que existe en la dimensión de este tipo de entidades.

De las 44 ocupaciones identificadas en la producción videográfica y de televisión, 7 no han tenido ninguna contratación. Son ambientador, especialista de montaje (equipos técnicos), guionista, iluminador, jefe de maquinistas, luminotécnico y maquinista/gruista.

Atendiendo a la contratación reconocida, las ocupaciones pueden clasificarse en cinco grupos.

El primer grupo de contratación prácticamente generalizada, con índices entre el 83% y el 100% está formado por las tres ocupaciones siguientes:

- Realizador (100%).
- Diseñador gráfico (83%).
- Operador de cámara de cine y vídeo (83%).

El segundo grupo de ocupaciones con una contratación bastante generalizada (67%) está formado por las tres ocupaciones siguientes:

- Operador reportero de cámara de vídeo.
- Productor.
- Redactor.

A éstas le sigue un grupo formado por seis ocupaciones con una contratación media reconocida por la mitad de las televisiones consultadas. Son los siguientes:

- Director de programa/editor.
- Editor de vídeo.
- Editor montador de vídeo.
- Jefe de producción.
- Jefe de redacción.
- Reportero gráfico (ENG).

El resto de las ocupaciones han resultado con un índice de contratación más minoritario. Entre el 16% y el 33%.

Ocupaciones más contratadas por las televisiones locales

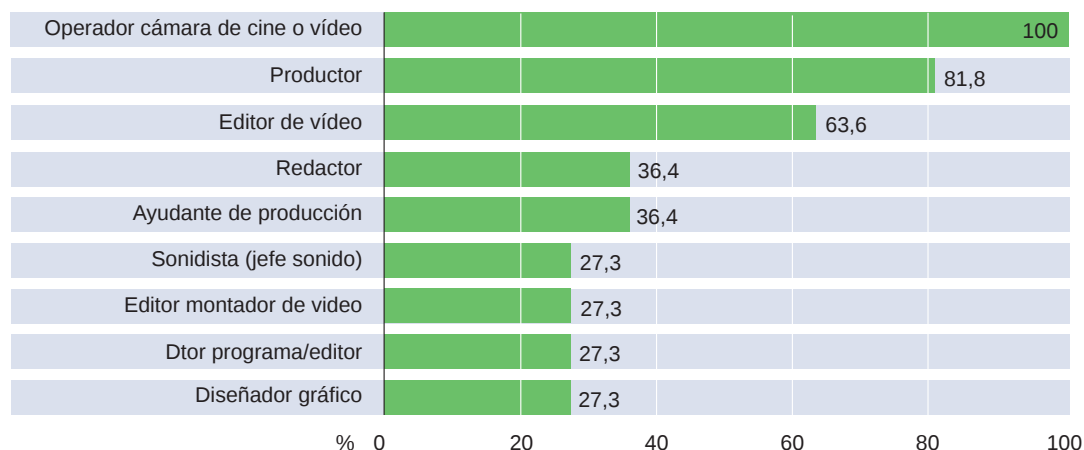
(cuadro 6.2)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007.

Base: TV locales que han contratado: 100%	
Ocupación	% de empresas que han contratado
Realizador	100,0
Diseñador gráfico	83,3
Operador cámara de cine o vídeo	83,3
Operador reportero de cámara de vídeo	66,7
Productor	66,7
Redactor	66,7
Dtor programa/editor	50,0
Editor de Vídeo	50,0
Editor Montador de Vídeo	50,0
Jefe producción	50,0
Jefe redacción	50,0
Reportero gráfico (ENG)	50,0
Attrezzista	33,3
Ayudante producción	33,3
Controlador de Imagen	33,3
Estilista/Figurinista	33,3
Maquillador	33,3
Sonidista (Jefe Sonido)	33,3
Constructor Atrezzo	16,7
Decorador	16,7
Director Artístico	16,7
Director de casting	16,7
Director Fotografía	16,7
Documentalista	16,7
Editor de Audio	16,7
Jefe de Carpintería	16,7
Jefe de Construcción	16,7
Jefe de Modelaje	16,7
Jefe Pintura/empapel	16,7
Operador de VTR	16,7
Peluquero	16,7
Regidor	16,7
Script	16,7
Técnico de efectos especiales	16,7
Técnico de Efectos Sala	16,7
Técnico en electrónica de comunicaciones	16,7
Ambientador	0,0
Especialista de montaje (equipos técnicos)	0,0
Guionista	0,0
Iluminador	0,0
Jefe de Maquinistas	0,0
Luminotécnico	0,0
Maquinista/gruista	0,0

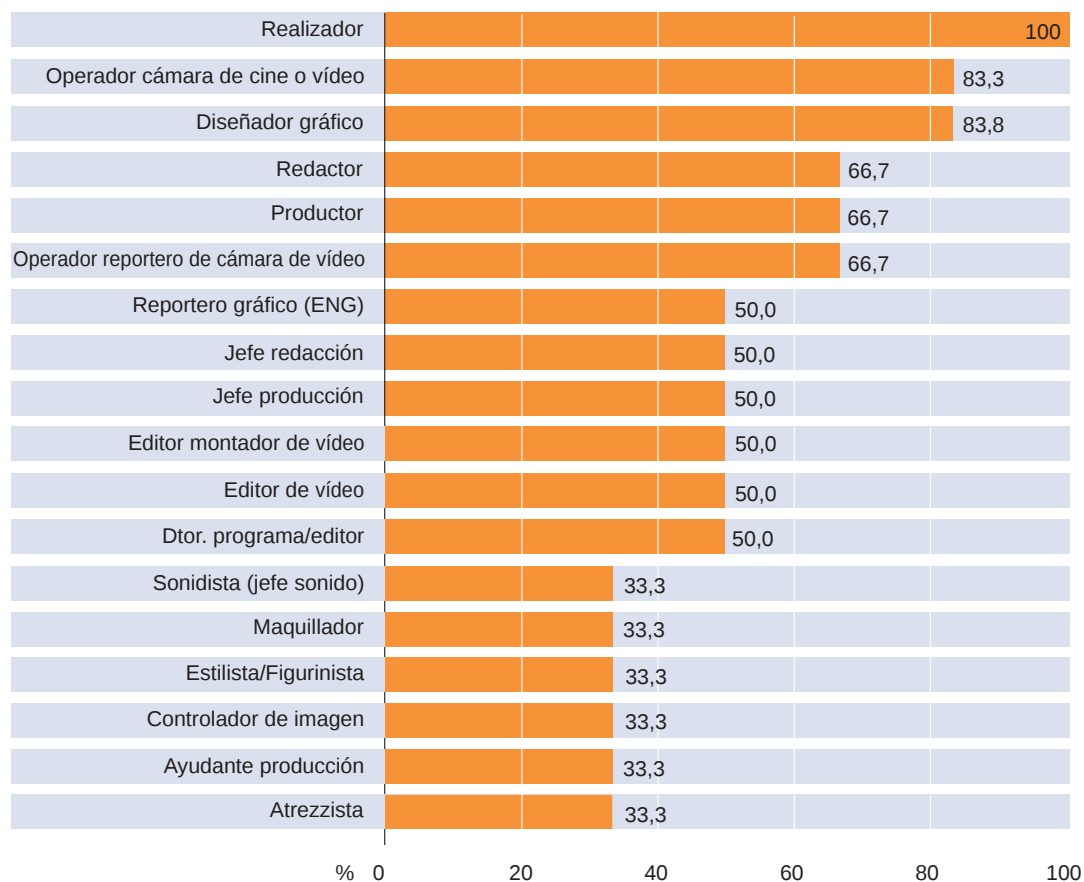
Principales ocupaciones relacionadas con la producción videográfica y de televisión según índice de contratación: productoras independientes *(gráfico 6.1)*

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Principales ocupaciones relacionadas con la producción videográfica y de televisión según índice de contratación reconocido: tv locales *(gráfico 6.2)*

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



-El 100% de las tv locales han contratado profesionales.

-Se contrata más perfiles ocupacionales diferentes. Del total de las 44 ocupaciones identificadas, 18 tienen un índice de contratación superior al 30% (33%) frente a sólo 5 en las productoras.

-Realizador, operador de cámara, diseñador gráfico, redactor, productor y operador de video son las más demandadas.

6.2.3 Subsector de producción fotográfica y multimedia

El repertorio de ocupaciones vinculadas con la producción fotográfica se reduce sustancialmente respecto al de la producción videográfica y para televisión. Frente a las 44 ocupaciones anteriormente relacionadas, ahora se han identificado un total de 4.

En este subsector, el índice de contratación de profesionales desciende respecto al observado entre las productoras y las televisiones locales y se sitúa en el 46%.

Pero, además, a diferencia de los anteriores subsectores, ninguna ocupación destaca por experimentar una contratación generalizada sino que el subsector se caracteriza por presentar unos índices bajos.

Ocupaciones más contratadas por empresas de producción fotográfica

(cuadro 6.3)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007.

Base: empresas de producción fotográfica que han contratado (46%)	
Ocupación	% de empresas que han contratado
Técnico en Retoque Fotográfico, Diseño Gráfico y Autoedición	23,1%
Técnico de Laboratorio de Imagen	15,4%
Técnico en Fotografía Comercial y Publicitaria	7,7%
Fotógrafo de prensa	7,7%

El técnico de retoque fotográfico, diseño gráfico y autoedición ha resultado el que en mayor medida se ha contratado (23%) seguido por el técnico de laboratorio de imagen (15%). Las otras dos ocupaciones, técnico en fotografía comercial y publicitaria y fotógrafo de prensa obtienen un índice del 7,7%.

Con una única representación de producción multimedia, 7 son las ocupaciones que reconoce ha contratado. Son las siguientes: jefe de producción, director técnico, programador, diseñador, maquetista, montador, web master.

7 :: LA FORMACIÓN DEL SECTOR EN ASTURIAS

7.1 Marco actual

En la actualidad, se observa una exigencia en los profesionales que trabajan en el sector audiovisual. Cada vez más, las empresas han tenido que ir evolucionando junto con la demanda que sugiere el paso de la tecnología analógica a la digital, teniendo que adaptar y modificar sus equipos, sus formas de trabajar y, en consecuencia, sus competencias.

Actualmente se requiere tanto una formación continua en el sector como una buena y actual formación de base para los profesionales que inician su carrera dentro del sector. Asimismo, han nacido perfiles nuevos como “editor multimedia” o “diseñador” en respuesta a estos cambios tecnológicos, que requieren una máxima capacitación del puesto a desarrollar y unas coberturas de las competencias necesarias para ese puesto.

A nivel laboral a menudo no se contrata según valía formativa sino quien más competencias ofrezca, independientemente de la formación adquirida y esto supone, a veces, que un/a universitario/a acepte trabajos de categorías profesionales inferiores a la de su nivel formativo y al revés con el perfil de los que obtienen el título de formación profesional.

Si se analizan los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a las empresas audiovisuales del Principado de Asturias y en la que se valora entre otros aspectos el empleo y la formación actual en el sector audiovisual, encontramos datos muy relevantes.

Por un lado, y haciendo referencia a las competencias a desarrollar, podemos ver que el 85% considera que los/as trabajadores/as tienen una buena formación técnica y saben trabajar, aunque también un 51% de las empresas creen que sus empleados/as deberían ser más polivalentes.

El hecho de que cada vez el sector está más informatizado es evidente y eso requiere que los profesionales estén también más formados y preparados con conocimientos sobre nuevas técnicas para desarrollar su trabajo: digitalmente, con programación informática, etc...

Valoración actual de la formación audiovisual en Asturias

(cuadro 7.1)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007.

Características de la formación	De acuerdo	En desacuerdo	Ns/Nc	Total
Buena formación técnica y saben trabajar	85,7	14,3		100,0
Necesitan tener mayor polivalencia	51,4	48,6		100,0
Falta conocimiento nuevas técnicas	40,0	60,0		100,0
Conocimiento idiomas bajo	62,9	28,6	8,6	100,0
Adaptación a cambios lenta	17,1	82,9		100,0

En cambio, a nivel de idiomas, el 63% considera que el nivel es bastante o muy bajo, por eso se presenta como recomendable el hecho de ofrecer idiomas como formación transversal para cubrir esta necesidad.

Todo esto se añade al indicador sobre la adaptabilidad a los cambios tecnológicos, sociales, culturales y de cualificación, que ha de ser rápida o, cuanto menos, dinámica. Y así lo explicitan las empresas. En un 83% de los casos, hay un convencimiento de que esa adaptación es rápida.

7.2 Las necesidades de formación en las empresas asturianas

Casi el 90% de las empresas consultadas reconocen tener necesidades de formación

En el sector audiovisual conviven varios sub-sectores: fotografía, productoras, empresas de televisión y vídeo, etc... Pero hay una conclusión genérica en todas ellas sobre el reconocimiento: el 88,6% de los encuestados explicitan una necesidad de formación de los trabajadores/as.

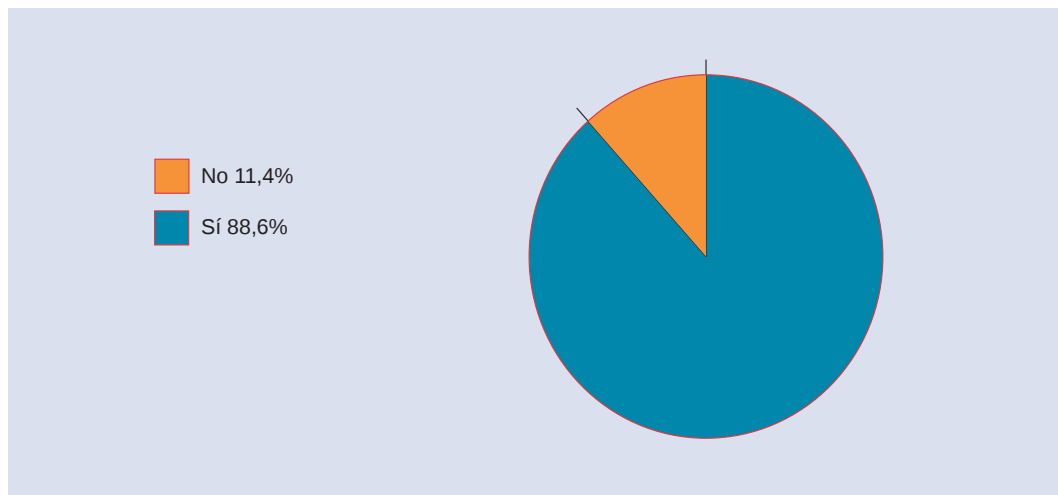
De hecho sólo un 11% consideran que no tienen necesidades de formación, al menos de forma externa, porque sí reconocen que realizan formación para sus trabajadores/as de manera interna (se reciclan con cursos que imparten los propios compañeros/as, los superiores o los proveedores que les sirven maquinaria y recursos materiales). También se da el caso de que esos empleados/as acceden a cursos en su tiempo libre, aunque la mayoría de las veces son temas transversales no directamente aplicables a la realización de sus tareas, como es la formación en idiomas y/o en temas de aplicaciones informáticas.

Las empresas que sí consideran necesaria la formación de sus trabajadores/as, generalmente recurren a formadores especializados o conocidos profesionales para impartir cursos específicos. Se trata de cursos relativamente cortos (entre 16 y 30 horas) y, muy a menudo, surgidos para cubrir necesidades imperantes que requieren una formación rápida y concreta para una tarea urgente.

Necesidades de formación en las empresas asturianas del sector audiovisual. 2007

(gráfico 7.1)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Sin mucha planificación previa, se recurre con frecuencia a una formación interna impartida con recursos propios

Según la opinión recabada en las empresas consultadas cabe concluir que, actualmente, en el sector audiovisual en Asturias hay una gran mayoría de empresas con necesidades de formación pero con dos características implícitas:

- 1.no existe planificación para su impartición. Es decir, se recurre a menudo a la improvisación.
- 2.la formación existente muchas veces no es tan específica como necesitan las empresas y, por eso, se orientan más a la realización de cursos internos impartidos por los propios compañeros/as.

En cuanto a necesidades concretas destacan:

- las necesidades de formación en el área de informática señaladas por casi un 42% de las empresas consultadas.
- algunos programas específicos de aplicación informática (26%)
- producción (26%)
- técnicas de televisión -imagen y sonido- (19%) y
- de idiomas (19%).

Programas informáticos e idiomas principales necesidades de formación

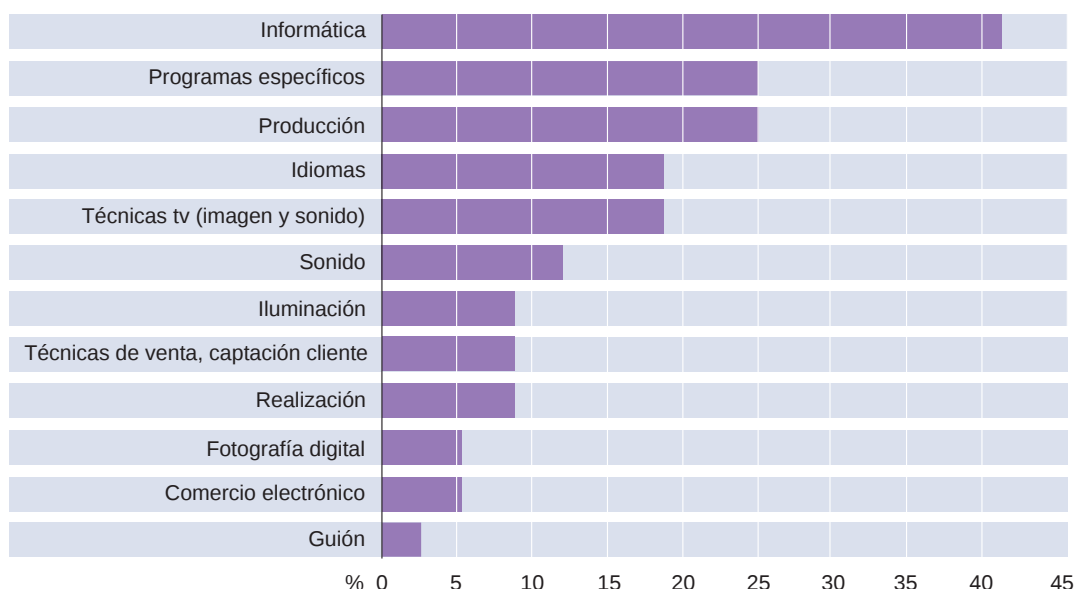
Por otro lado, y con respecto al tipo de formación requerida, se mencionan una gran cantidad de posibilidades, como los idiomas, antes mencionados, la informática, programas de retoque fotográfico, fotografía digital, iluminación, técnicas de venta y captación del cliente, comercio electrónico, realización, guión, producción, sonido o técnicas de televisión. En cuanto a estas necesidades de formación, las empresas encuestadas señalan en general, que son los puestos técnicos los que se ven más afectados por esta falta de formación, frente a los directivos.

El hecho de cada vez más, cualquier proceso esté informatizado, requiere que los/as profesionales que trabajan en el sector audiovisual tengan conocimientos amplios sobre informática, ofimática,... Este tipo de formación la señala el 37% de las empresas encuestadas, de las cuales la mayoría (el 20%) destacan que los puestos técnicos serían los principales beneficiarios de esta formación.

Tipo de necesidades de formación señaladas. 2007

(gráfico 7.2)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Relacionado también con esta oferta formativa, se encuentra la relativa a programas específicos de ordenador, destacando para imagen, el programa Photoshop, para sonido el AVID o el conocimiento de contenidos multimedia y alta definición para producción. El 23% destaca la falta de este tipo de formación en Asturias, básicamente para puestos técnicos (14% en retoque fotográfico y 17% en producción).

Por otro lado, los idiomas siguen ocupando un lugar importante en la demanda de formación, ya que cada vez existe más competencia profesional y este podría ser un requisito importante para cubrir vacantes laborales. Cada vez más, se requieren conocimientos de inglés o francés,

para leer y entender catálogos, libros de instrucciones, hablar con clientes extranjeros, etc...El 17% de las empresas encuestadas ven en esta una necesidad formativa a cubrir, si bien en este caso los puestos afectados serían tanto los técnicos como los directivos (ambos un 5,7%).

Por lo que respecta a las técnicas de televisión (imagen y sonido) aquí se englobarían contenidos desde retransmisión de vídeo, modulación, repetición de imágenes, transmisión de sonido, etc... hasta conocimientos de mezcladores de audio y vídeo, postproducción, tomas de sonido,... El 17% señala esta carencia, básicamente en puestos técnicos (8,6%). Esto es debido a que se detectan en las televisiones carencias en determinados puestos de especialización y en áreas concretas de los técnicos de sonido e imagen.

Necesidades más destacadas en el sector en general:

- 1.-Programa PHOTOSHOP para imagen.
- 2.-Programa AVID.
- 3.-Conocimiento de contenidos multimedia y alta definición para producción.
- 4.-Idiomas.
- 5.-Retransmisión de video; modulación; repetición de imágenes; transmisión de sonido.
- 6.-Conocimiento de mezcladores de audio y video, postproducción, tomas de sonido.

7.2.1 Necesidades de formación en el subsector de fotografía

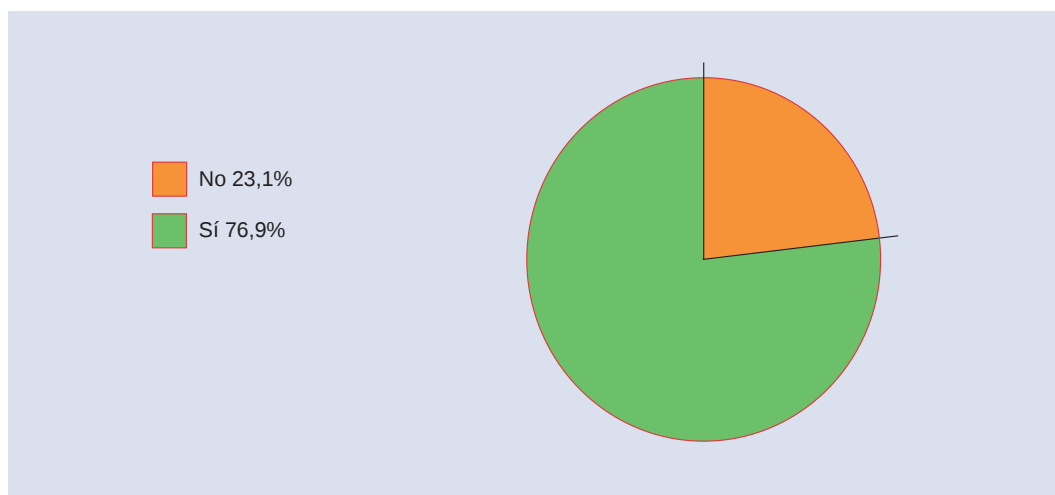
El 77% de las empresas del subsector tiene necesidades de formación

Las empresas de fotografía (donde incluimos fotógrafos/as profesionales, laboratorios fotográficos y personal de diseño gráfico y retoque fotográfico) consideran en un 77% que sí tienen necesidades de formación, y en un 23% que no, ya que muchas veces, los proveedores o los fabricantes de las máquinas que utilizan, les ofrecen formación, con el objeto de enseñarles el buen manejo de sus recursos materiales y equipos.

Necesidades de formación en las empresas asturianas del sector audiovisual. 2007

(gráfico 7.3)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007

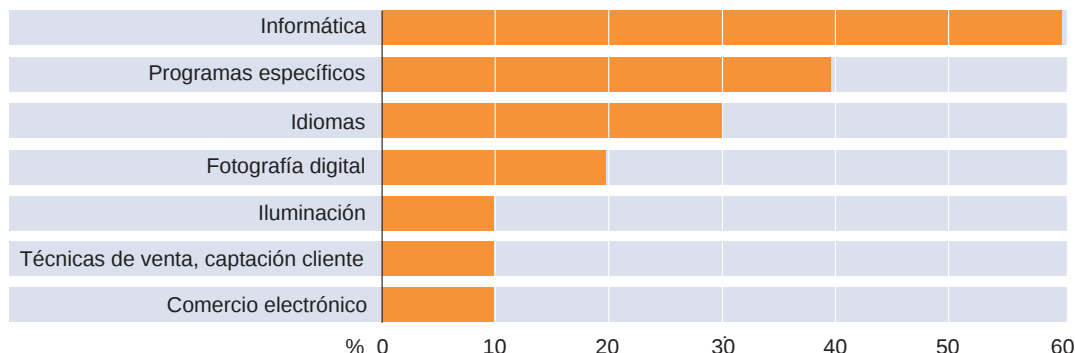


En este sub-sector de fotografía asturiano, se observa una clara necesidad de formación en informática, debido a que toda la maquinaria necesaria y su tratamiento, está en su mayoría informatizada y eso requiere menos mano de obra directa, pero más especializada y con amplios conocimientos de informática y de diferentes aplicaciones.

Tipo de necesidades de formación señaladas por el subsector de fotografía. 2007

(gráfico 7.4)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



También se ha de destacar que, cada vez más, los usuarios demandan fotografías y revelados por Internet desde casa, y grabaciones en CD que requieren conocimientos concretos.

En este sentido, un 40%, las empresas expresan una necesidad en determinados programas específicos de fotografía, circunstancia muy relacionada con el incremento de la demanda de la fotografía digital. Destaca como el más demandado el Photoshop Première, ya que permite hacer retoques, modificaciones y diseño con fotografías.

Por otro lado, se han de mencionar los programas de autoedición que también son demandados por los profesionales de este sub-sector audiovisual.

Y respecto a la necesidad formativa en idiomas, vuelve a ponerse de manifiesto la solicitud en esta área, donde impera el inglés como lengua más requerida (y aunque no se pida tanto, podríamos mencionar el japonés, ya que muchas máquinas de laboratorios provienen de Japón). Es señalada por un 30% de las empresas del subsector a la que le siguen otras necesidades relacionadas con el área de la fotografía digital, iluminación, captación de clientes, correo electrónico o realización.

Necesidades mas destacadas en el subsector de fotografía:

- 1.-Programa PHOTOSHOP PREMIERE para imagen.
- 2.-Programas de autoedición.
- 3.-Idiomas (inglés).

7.2.2 Necesidades de formación en el subsector de las productoras**El 100% de las productoras asturianas tienen necesidades de formación**

Respecto a productoras, hay que destacar que todas ellas consideran que tienen necesidades formativas, lo cual hace pensar que es un sub-sector que se auto-forma o que se encuentra sin demasiada oferta formativa o, incluso, con formación no cualificada.

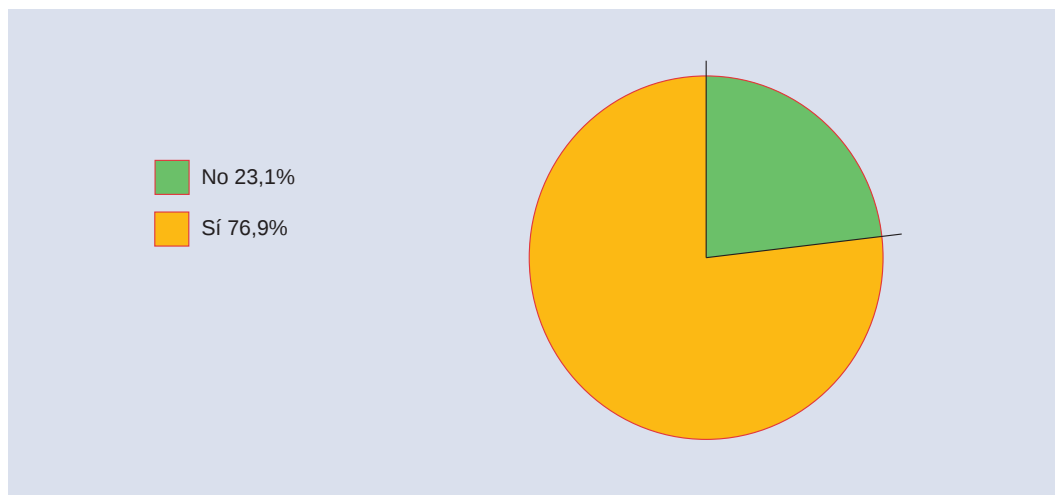
Por eso se hace tangible una demanda muy variada, que no encuentra formación adecuada al tiempo que expresan una dificultad a la hora de encontrar profesionales, dada la falta de especialización en Asturias, sobre todo a nivel de producción y realización.

A la hora de especificar qué tipo de necesidad, se detecta una clara necesidad en temas de producción (sobre todo en alta definición -High Quality-) con un 44% de empresas que se manifiestan en este sentido.

Necesidades de formación en las productoras audiovisuales asturianas. 2007

(gráfico 7.5)

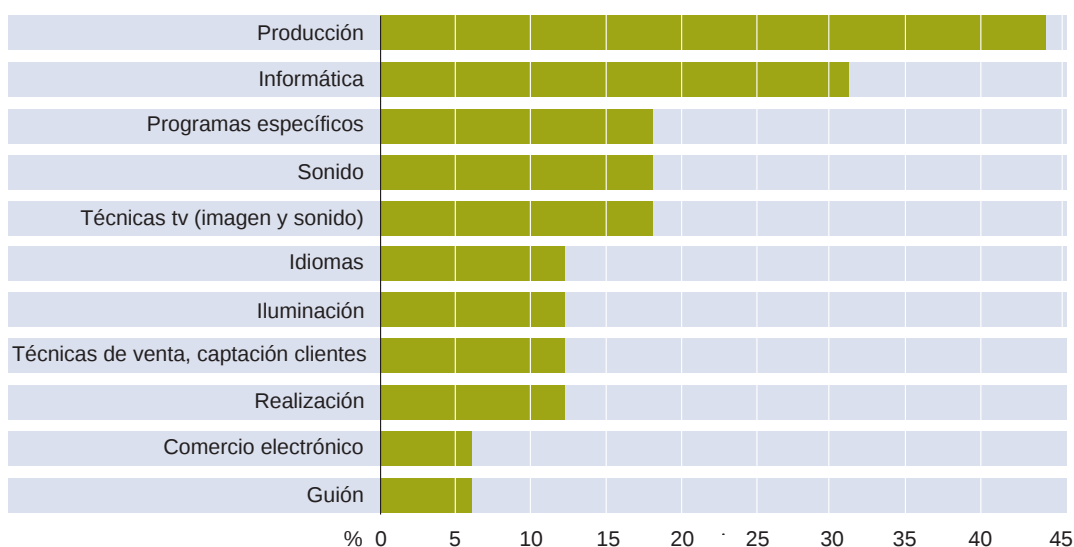
Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Tipo de necesidades de formación señaladas por el subsector de las productoras. 2007

(gráfico 7.6)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Carencias importantes en temas de producción que se solucionan sobre la marcha en el seno de las propias empresas.

Por parte de las productoras se expresa también un déficit a la hora de encontrar profesionales de producción, ya que no se ofrece la Licenciatura en Comunicación Audiovisual en Asturias y la gran mayoría de trabajadores/as han de ir a formarse fuera del Principado para adquirir los conocimientos necesarios para posteriormente poder trabajar.

De esta manera, muchas veces se recurre a personas que desarrollan su trabajo de forma polivalente, es decir, con otro perfil profesional pero que también pueda realizar las tareas de producción. En consecuencia, la formación se produce más bien de manera improvisada, para cubrir necesidades emergentes y urgentes de determinados momentos y de forma interna (entre compañeros/as).

Los conocimientos en informática también se hacen muy necesarios en producción, ya que es un trabajo que se desarrolla, en un alto porcentaje, mediante programas informáticos y aplicaciones. Un 31% de las empresas expresan una gran necesidad formativa en este área.

También se podría destacar una necesidad en formación en determinados programas específicos (dependiendo de la empresa y del trabajo a desarrollar), en sonido y en técnicas de televisión, con un 19%, seguidos por la demanda de formarse en iluminación, técnicas de venta, realización o idiomas (12'5%).

Como se ha comentado, al ser un sub-sector con mucha falta de formación, las necesidades son muy variadas y amplias, lo que indica la necesidad de ofrecer una gran oferta, amplia, adecuada y actual, siempre orientada específicamente a la producción.

Necesidades mas destacadas en el subsector de las productoras:

- 1.-Producción Audiovisual.
- 2.-Informática.
- 3.-Programas específicos (sonido y técnicas de televisión, iluminación).

7.2.3. Necesidades de formación en el subsector de las televisiones locales

El 83% de las televisiones locales asturianas tienen necesidades de formación

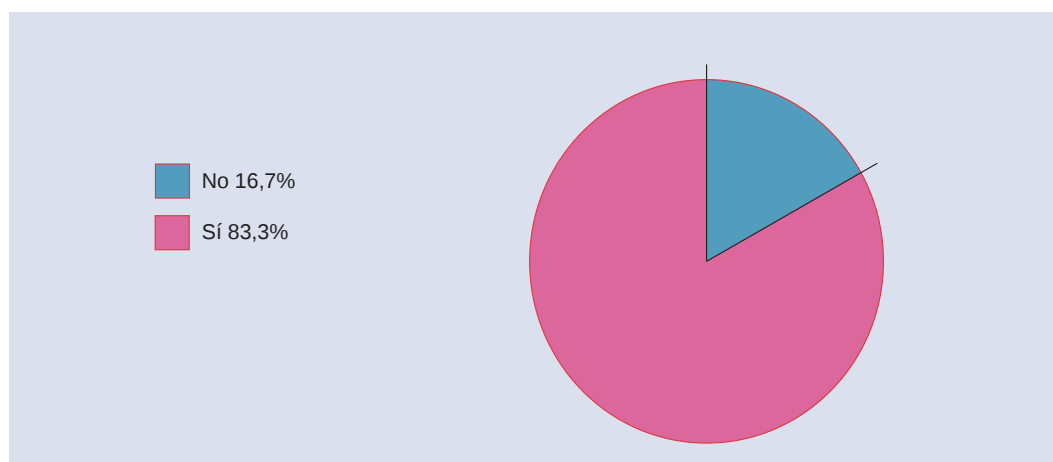
En el Principado existen en torno a una docena de Televisiones Locales y la gran mayoría de ellas (83%) expresan también necesidades de formación.

Sólo el 17% considera que no tienen necesidades aunque en realidad sería más correcto decir que sí tienen pero lo solucionan bien con formación interna o bien animando a sus trabajadores/as a realizar cursos fuera de horario laboral y por iniciativa propia.

Necesidades de formación en las televisiones locales asturianas. 2007

(gráfico 7.7)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



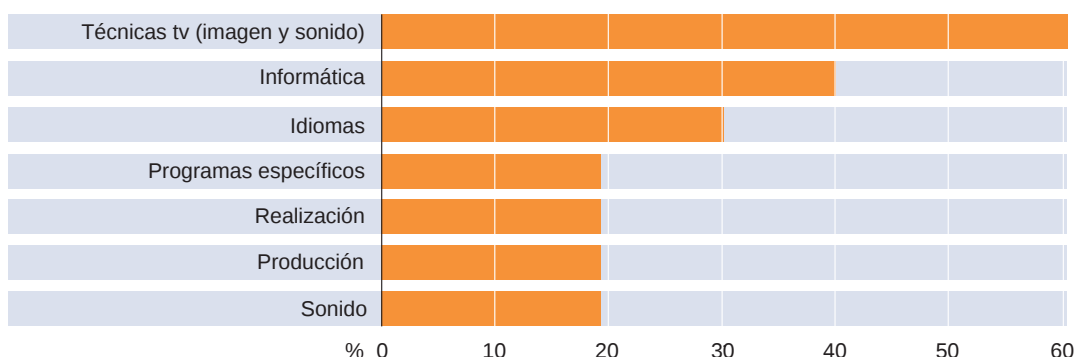
En este colectivo se pone también de manifiesto la falta de oferta formativa específica en el Principado, por lo que algunas televisiones (más si son de ámbito estatal) optan por organizar determinados cursos fuera de Asturias (muchas veces durante algún fin de semana) y así cubrir esas necesidades.

Técnicas de imagen y sonido principal área a cubrir mediante formación. En cuanto al tipo de formación concreta, en las televisiones locales se hace explícita una necesidad importante sobre formación en técnicas de televisión (imagen y sonido). Hasta ahora, se han ido auto-formando y retro-alimentando de los conocimientos de los compañeros/as, y siempre partiendo de la premisa de trabajar como profesionales polivalentes, es decir, que puedan desarrollar diferentes perfiles en distintos momentos de necesidad.

Tipo de necesidades de formación señaladas por las televisiones locales. 2007. (%)

(gráfico 7.8)

Fuente: Encuesta IKEI a empresas del sector audiovisual 2007



Hasta ahora, la formación en realización, edición y producción en Asturias ha sido escasa o de mala calidad, hecho que ha causado el buscar profesionales de fuera del Principado o planificar cursos de corta duración (entre 16 y 30 horas) para cubrir determinadas vacantes que requerían conocimientos específicos.

La informática, como en otros sub-sectores, también genera una amplia demanda de formación en las televisiones locales, ya que, cada vez más, todos los procesos de edición, redacción, producción, realización, etc... se realizan de forma informatizada.

Finalmente se hace evidente la necesidad de actualizar y reciclar diferentes perfiles y por eso sus trabajadores demandan formación en, por ejemplo sonido, idiomas y programas informáticos específicos.

Necesidades mas destacadas en el subsector de las televisiones locales:

- 1.-Técnicas de televisión (imagen y sonido).
- 2.-Informática aplicada a procesos (edición, redacción, realización, producción).
- 3.-Idiomas.

7.3. Actual oferta formativa

7.3.1. Relación actual de los centros formativos

A continuación se recoge la oferta formativa en sus tres ramas (Ocupacional, Reglada y Continua).

a). Formación ocupacional

Hasta un total de 5 agentes diferentes imparten formación ocupacional audiovisual, sin estar entre ellos las centrales sindicales de CC.OO. y UGT. Son los siguientes:

CIFP Comunicación, imagen y sonido (Langreo).

- Programas de retoque digital y escaneado de imágenes.
- Infografista de medios audiovisuales.
- Editor-montador de imagen.
- Técnico de sonido.
- Fotógrafo.
- Operador de cámara.
- Luminotécnico.
- Decorador de escenarios.
- Caracterizador.

IES La Felguera (Cuenca del Nalón).

- Programas de Retoque Digital y Escaneado de Imágenes (200 horas). Para desempleados (plan FIP).

CFO Gijón.

- Editor Montador de Imagen (200 horas). Para Discapacitados Desempleados (plan FSE)

CFO El Entrego.

- Editor Montador de Imagen (250 horas). Para Discapacitados Desempleados (plan FSE)

I.E.S. Aramo.

- Programa de MÓDULO FORMATIVO DE GARANTÍA SOCIAL (sin acabar ESO): Auxiliar de Laboratorio (990 horas): Técnicas de revelado de las emulsiones sensibles, Técnicas del positivado y acabado fotográfico,...

b). Formación reglada.

Cuatro son los agentes que están ofertando en la actualidad formación reglada relacionada con el sector audiovisual bien sea de grado medio como superior. Son los siguientes:

Grado medio.

CIFP Comunicación, imagen y sonido (Langreo).

- Laboratorio de imagen (1.400 horas): revelado de soportes fotosensibles, positivado, ampliación y acabados, tratamiento de imágenes fotográficas, procesos de imagen fotográfica,... Perfiles: Operaciones de procesado y tratamiento de materiales fotosensibles y digitales,...

CIDISI

- Ciclo Medio de Laboratorio de Imagen Fotográfica (1.400 h.): Revelador de soportes fotosensibles, positivado, ampliación y acabados, procesos de imagen fotográfica, etc... Perfiles: Técnico de procesado de soportes fotosensibles en color y blanco y negro, Técnico de positivado en color, blanco y negro y ampliación, Técnico de Tratamiento de imágenes y Técnico de Laboratorio de Imagen.

I.E.S. ARAMO

- Laboratorio de Imagen (1.400 horas): revelado de soportes fotosensibles, positivado, ampliación y acabados, tratamiento de imágenes fotográficas por procedimientos digitales, procesos de imagen fotográfica,... Perfiles: Técnico de procesado de material fotográfico, de procesado de material cinematográfico, de positivado y ampliación en B/N y color, de tratamiento de imágenes, de laboratorio de imagen y de Etalonaje.

*Grado superior.***CIFP Comunicación, imagen y sonido (Langreo).**

- Imagen (2.000 horas): imagen fotográfica, iluminación de espacios escénicos, gestión de calidad de procesado y tratamiento fotográfico y cinematográfico, medios fotográficos y audiovisuales, aplicaciones fotográficas, imagen audiovisual, etc... Perfiles: Técnico en Imagen fotográfica, cinematográfica y videográfica.
- Realización de audiovisuales y espectáculos (próximamente, de 2.000 horas).
- Sonido (próximamente, de 2.000 horas)

CIDISI

- Ciclo Superior de Imagen (2.000 horas): imagen fotográfica, iluminación de espacios escénicos, gestión de calidad del procesado y tratamiento fotográfico y cinematográfico, imagen audiovisual, etc... Perfiles: Técnico en cámara de vídeo, TV y cine, Técnico en iluminación de cine, vídeo, TV y espectáculos y Técnico en Imagen. (Entre 300 y 600 euros).

- Ciclo Superior de Sonido (2.000 horas): sonido en producciones audiovisuales, radio, sistemas y medios técnicos de sonido, comunicación audiovisual, grabaciones musicales, sonorización industrial y de espectáculos, etc... Perfiles: Técnico de sonido en TV, en Radio, en Cine, en Estudios Musicales, en Teatro, en Espectáculos, en Postproducción y Editor montador de sonido.

- Ciclo Superior de Realización de Audiovisuales y Espectáculos (2.000 horas): realización en cine y vídeo, montaje/edición y postproducción de audiovisuales, representaciones escénicas, realización en TV, etc... Perfiles: Técnico de realización de TV en control y/o en estudio, Técnico de Dirección de cine, Secretario de rodaje, Técnico en montaje cinematográfico, Técnico en edición de V.T.R., Técnico mezclador de vídeo, Técnico de postproducción, Técnico de dirección en espectáculos y Regidor de teatro.

- Ciclo Superior de Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos (2.000 horas): producción de cine/vídeo, producción de radio, medios técnicos audiovisuales, producción de TV, producción de espectáculos, etc... Perfiles: Técnico en producción de programas de TV, de obras cinematográficas, de obras videográficas, de programas radiofónicos, de espectáculos y obras teatrales.

- Ciclo Superior de Administración de Sistemas Informáticos (2.000 horas). Perfil (entre otros): Técnico en información y asesoramiento en sistemas en sistemas y aplicaciones informáticas.

- Ciclo Superior de Administración de Sistemas de Telecomunicación e Informáticos (2000 horas): Sistemas de telefonía, arquitectura de equipos y sistemas informáticos, Calidad, Desarrollo de sistemas de telecomunicación e informáticos, sistemas de radio y TV, etc,... Perfiles: Técnico en centros de producción audiovisual, Técnico de explotación de sistemas de radio y TV, técnico en retransmisiones y enlaces y Técnico en control central de sistemas de TV, Técnico en sistemas multimedia,...

I.E.S. Aramo.

- Imagen (2.000 horas): imagen fotográfica, aplicaciones fotográficas, iluminación de espacios escénicos, imagen audiovisual, medios fotográficos y audiovisuales, etc... Perfiles: fotógrafo, Cámara de vídeo, TV y cine, Iluminador de cine, TV y espectáculos y Técnico en Imagen.

Escuela de arte de Oviedo.

- Técnico Superior en gráfica publicitaria (2 años): para preparar diseñadores gráficos en audiovisuales, fotografía, ilustración e imagen digital.
- Técnico Superior en Fotografía (2 años)
- Fotografía Artística (1.950 horas)
- Técnico Superior en Ilustración (2 años)

c). Formación continua (presenciales y a distancia).

En cuanto a la formación continua, tanto de carácter presencial como a distancia, se caracteriza por una mayor profusión de agentes oferentes aunque destacan sobre todo cuatro: Educastur, CC.OO. UGT y el CIFP de Langreo.

CIFP Comunicación, imagen y sonido (Langreo).

- Iluminación Fotográfica (30h.).
- Música para técnicos de sonido.
- Electricidad y electrónica para técnicos de sonido.
- Montaje con AVID I: Nivel básico.
- Montaje con AVID II: Nivel intermedio.
- Edición de noticias para redactores.
- Fotografía digital IV: Operaciones avanzadas con capas y canales.
- Fotografía digital V: Ajustes de color por zonas y conversión a b&n.
- Manejo de steady cam.
- Control de CCU, osciloscopio y vectorscopio.
- Locución para radio y TV.

Educastur.

-De Contrato Programa existen actualmente ofertados 29 cursos de los cuales no hay ninguno orientado específicamente al sector audiovisual. Únicamente podríamos destacar "Adobe Premiere".

-Educastur aprueba sus cursos a: UGT, CCOO, FADE, ASATA, UCAPA, UPTA, FAPEA, FADE (para autónomos), AFAS Y AFFEC.

CCOO.

Oferta gran cantidad de formación continua pero ninguna específica para el sector audiovisual. Como formación relacionada se podría destacar:

- Cosmetología práctica para estilistas / esteticistas (30 horas).
- Diferentes cursos del sector de Artes Gráficas: Adobe Indesign, Photoshop, Autodesk, etc.... (entre 40 y 100 horas).

UGT.

Gran cantidad de formación continua que, orientada al sector Audiovisual se podría destacar:

- Photoshop (40 ó 50 horas).

UGT trabaja con diferentes entidades formativas que también imparten cursos. Entre ellas está la "Escuela Julián Besteiro" que, a nivel presencial, tiene un escaso número de acciones formativas referentes al sector audiovisual, y a nivel de tele-formación o formación a distancia (on-line) podríamos encontrar algún curso asociado a las tecnologías de la información y comunicación (como Freehand o Photoshop) o alguno más específico como:

- Fotografía digital (55h.).
- Radio y televisión digital (55 horas).
- Introducción a la realización audiovisual (55 horas).

Hdmelsubmarino.

Centro ubicado en Madrid que dispone de una amplia oferta de formación relacionada con el sector audiovisual. A nivel presencial tiene a 150 alumnos/as en sus aulas, y a nivel on-line o teleformación, está ofertando cursos como:

- Mercados Digitales: Expectativas de la producción Audiovisual ON-LINE (100 h. 300 €)
- Producción Teatral a Distancia (80 horas – 300 euros)
- Dramaturgia y Escritura Dramática (80 horas – 275 euros)
- Guía Escritura Guiones TV (Sit-Com) (80 horas – 275 euros)

- Crítica Cinematográfica (60 horas – 230 euros)
- Producción Cine y TV (80 horas – 295 euros)
- Escritura Técnica de Guión de Cine y TV (100 horas – 350 euros)
- Propiedad Intelectual en Producción para Cine y TV (60 horas – 275 euros)
- Guión Cinematográfico (100 horas – 350 euros)

Un trabajador del centro HDMELSUBMARINO, tras conversación telefónica, nos concreta que únicamente el 0'8% de sus alumnos/as de los cursos a distancia y on-line que oferta, son del Principado de Asturias.

Su visión es que no hay demanda de esa comunidad autónoma y cierto desconocimiento de las Nuevas Tecnologías para realizar formación.

Otros centros.

CETS infomática (Gijón).

- 3D Studio para Infografía (40 horas – 480 euros).
- Diseño gráfico 3d orientado a la infografía (150 horas – 1.400 euros).

C.C.C.

- Centro de estudios (a distancia).
- Técnico en TV (230 h. – precio a consultar).

ESCAC.

- Postgrado en Producción Cinematográfica
- Line Producing (a distancia)

ABC DATOS

- Historial del Cine (tutorial): gratuito
- Sistemas de transmisión de sonido en TV (tutorial): gratuito
- Preamplificador RIAA (tutorial): gratuito
- Tecnologías de la comunicación en la empresa (tutorial): gratuito.

Escuela sup. de artes y espectáculos TAI.

- Curso Sup. De Realización de cine Documental (a distancia).

Fundación Universitaria Iberoamericana.

- Dirección y Producción de Cine, vídeo y TV (UPC): a distancia, 530 horas–entre 900 y 3.000 euros

Eurinnova Formación.

- (a distancia): 180 horas – 180 euros.

Instituto Europeo de Estudios Empresariales.

- (CD Rom): 180 horas – 420 euros.

Escuela de Negocios IDE-CESEM.

- (on-line): 600 horas – Beca

Realemotion Studios 3D (Gijón): Softimage XSI (versiones 101, 102, 301 y 302)

d). Estudios universitarios.

En el Principado de Asturias no se encuentran estudios universitarios de la rama de Audiovisuales (a pesar de existir la Licenciatura en Comunicación Audiovisual. Orden de 5 de junio de 1992 (BOE de 12/6/92) por la que se establecen las titulaciones y estudios previos del primer ciclo, así como los complementos de formación con los que se puede acceder a las enseñanzas del segundo ciclo, conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Comunicación Audiovisual).

7.3.2. Nivel de conocimiento y uso de los Centros Formativos actuales

Si se analizan las respuestas dadas por las empresas del sector audiovisual asturiano a la pregunta de si conocen la oferta de cada uno de los Centros de Formación existentes en Asturias así como si han contratado profesionales a través de ellos, se observan diferencias considerables en función del Centro.

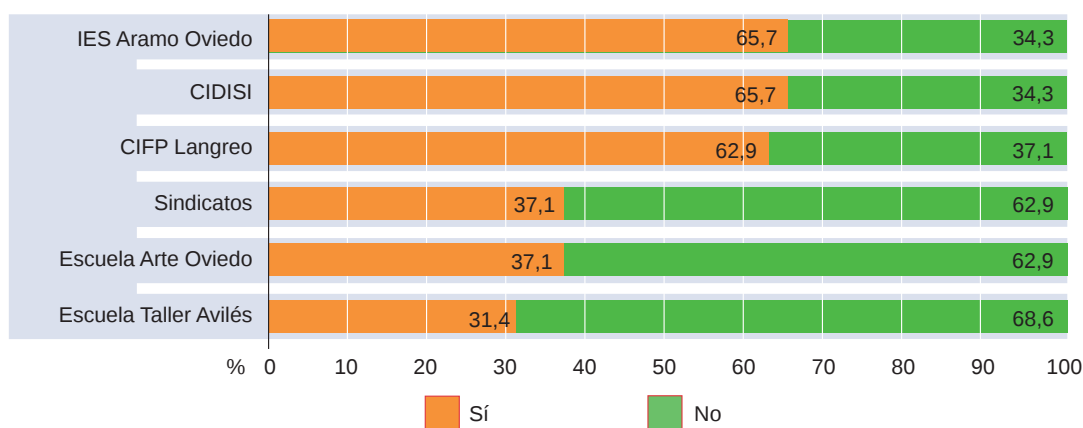
Por un lado, se encuentran CIDISI, el IES Aramo de Oviedo y el CIFP de Langreo cuya existencia y oferta es conocida por un porcentaje importante de las empresas que han participado en la encuesta. Los dos primeros llevan más tiempo en funcionamiento en el sector y son los más conocidos (66%) al tiempo que son también los centros a los que las empresas más han recurrido para contratar profesionales; concretamente el 74% al CIDISI y el 75% al Instituto Aramo de las empresas que previamente han dicho que conocen estos Centros (66%). El CIFP de Langreo, presenta un grado de conocimiento también alto (63%), aunque dada su reciente puesta en marcha, las empresas han recurrido en menor medida (5%) a este Centro para la contratación de profesionales. En breve, se prevé, sin embargo, que los alumnos del CIFP inicien prácticas en empresas.

El grado de conocimiento de la oferta de la Escuela Arte Oviedo, Sindicatos y la Escuela Taller Avilés es, sin embargo, claramente inferior, con un 37% de empresas que conoce la oferta de los dos primeros y con un 31% que conoce la oferta de la Escuela Taller de Avilés. A pesar de ello, el nivel de contratación a través de la Escuela Arte de Oviedo y de la Escuela Taller de Avilés es importante ya que el 62% y el 55% respectivamente de las empresas que conocen estos centros afirman haber contratado profesionales procedentes de los mismos. En este sentido, los menos utilizados son los sindicatos (17%).

Grado de conocimiento de los Centros Formativos por parte de las empresas (%)

(gráfico 7.9)

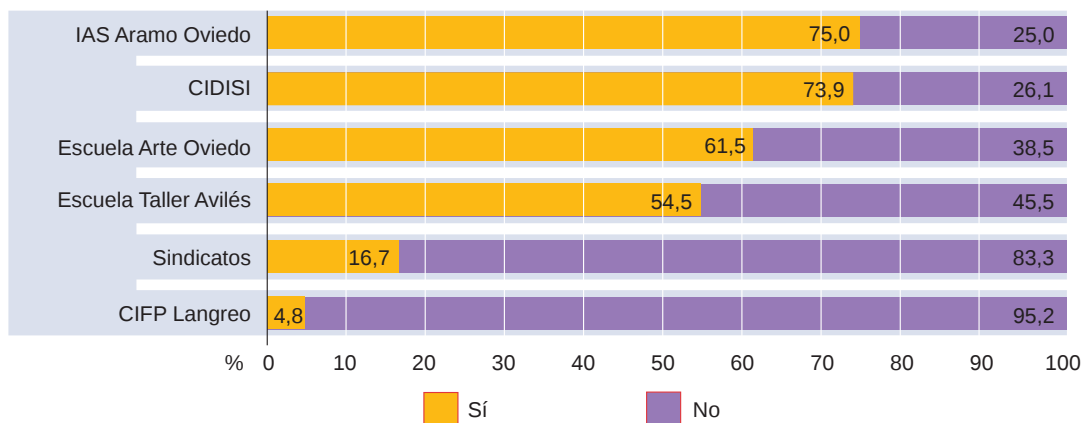
Fuente: Encuesta a empresas del sector audiovisual 2007 y elaboración propia



Nivel de contratación de trabajadores a través de los centros formativos (% empresas que han contratado trabajadores provenientes de dichos centros)

(gráfico 7.10)

Fuente: Encuesta a empresas del sector audiovisual 2007 y elaboración propia

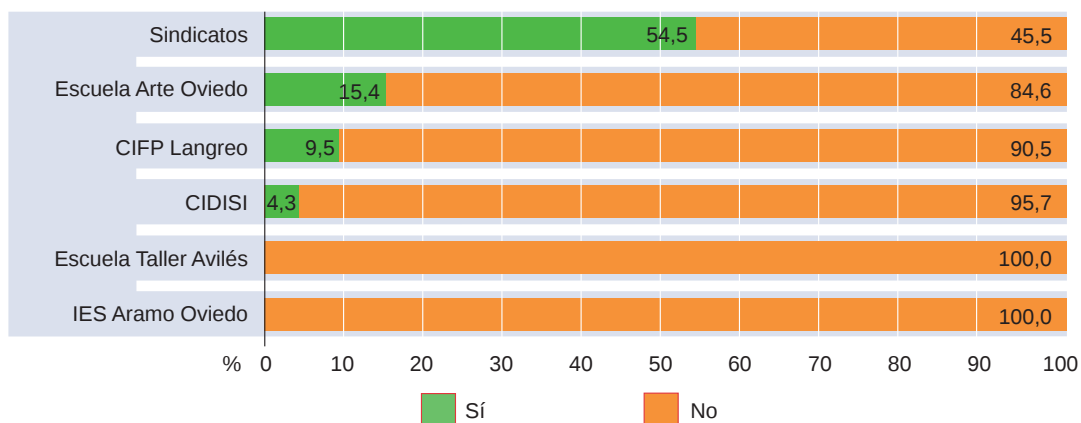


En cuanto a la utilización por parte de las empresas encuestadas de los cursos de formación programados por los Centros, sólo la oferta procedente de los Sindicatos -que ofrecen en su mayoría formación continua para trabajadores/as en activo- tiene cierta aceptación, con un 55% de las empresas que aseguran haber enviado a sus trabajadores a este tipo de cursos. En el resto de Centros los porcentajes afirmativos (asistencia a cursos) son muy bajos: el 15% señala la Escuela Arte de Oviedo, el 10% el CIFP de Langreo y el 4% el CIDISI.

Utilización de los centros formativos (% empresas que han enviado trabajadores a cursos en dichos centros)

(gráfico 7.11)

Fuente: Encuesta a empresas del sector audiovisual 2007 y elaboración propia



7.3.3. Valoración y recomendaciones de los centros actuales

Desde un punto de vista cualitativo y a través de las entrevistas realizadas, se ha puesto de manifiesto que hay una gran falta de oferta formativa por parte de los Centros que dificulta a las empresas dar respuesta a sus vacantes laborales por esa falta de perfil profesional. En la mayoría de casos se debe a una inexistencia de herramientas, máquinas y equipos actualizados para el desarrollo de esos perfiles de modo que se hace imposible realizar formación con unos mínimos necesarios. Pero incluso, se haría necesario no sólo conocer el proceso teórico de desarrollo de una profesión, sino también conocer las diferentes marcas existentes de equipos que se utilizan en la práctica.

En concreto, el 66% de las empresas encuestadas menciona el hecho de que los Centros existentes en Asturias necesitan disponer de equipos más actualizados que los que tienen porque a menudo se utilizan recursos materiales muy obsoletos para los cambios tecnológicos imperantes aunque se reconoce también que su renovación para mantenerse al día implicaría asumir a los Centros un gran coste económico cada poco tiempo.

Valoración actual de los Centros de Formación asturianos

(cuadro 7.2)

Fuente: Encuesta a empresas del sector audiovisual 2007 y elaboración propia.

Afirmaciones	De acuerdo	En desacuerdo	Ns/Nc	Total
Necesitan disponer de más equipos actualizados	65,7	14,3	20,0	100,0
Estoy satisfecho con los cursos que ofrecen para empleados	25,7	42,9	31,4	100,0
Les falta especialización, no se adaptan a los cambios técnicos con facilidad	77,1	8,6	14,3	100,0

También se hace explícito el bajo nivel de algunos formadores en el sector audiovisual, hecho que genera poca satisfacción en los usuarios que realizan la formación e, incluso, el abandono de la misma. De los datos extraídos de la encuesta, el 43% de las empresas están poco o nada satisfechas con los cursos ofrecidos por los Centros para empleados, haciendo mención a la baja calidad o poca actualidad de los contenidos. Igualmente otro 77% especifica que a la formación ofrecida le falta especialización, haciendo referencia a que se deberían adaptar a los cambios técnicos con más agilidad.

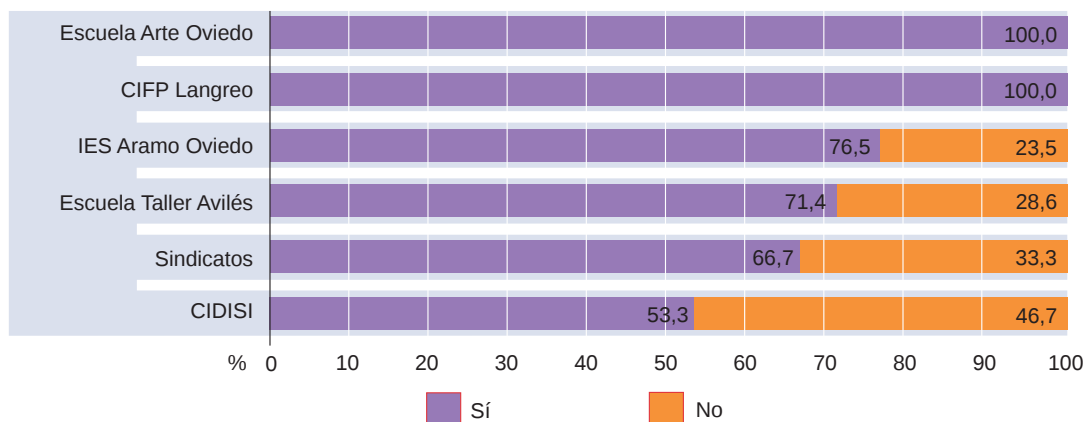
Si se analiza, por otro lado, el nivel de recomendación de las empresas encuestadas sobre los centros asturianos analizados, destacan en general las recomendaciones positivas que realizan de cada uno de los centros, si bien se observan diferencias.

Destaca el surgimiento del CIFP Langreo, que con sólo unos meses en funcionamiento, empieza a cubrir algunas necesidades detectadas (por ejemplo en imagen y sonido). En la actualidad, este Centro es recomendado por un 100% de las empresas encuestadas al igual que la Escuela de Arte de Oviedo.

Recomendación de los centros formativos (% empresas que recomiendan dichos centros)

(gráfico 7.12)

Fuente: Encuesta a empresas del sector audiovisual 2007 y elaboración propia



El I.E.S. ARAMO y la Escuela-Taller de Avilés, por su parte, son recomendados por más del 71% de las empresas para realizar allí la formación, mientras que los sindicatos y el CIDISI son reconocidos por un 67% y un 53% respectivamente.

En conclusión, podríamos decir que, el sector audiovisual en Asturias tiene necesidad de más formación y contar con Centros dotados de una mejor infraestructura, ofreciendo más calidad en sus contenidos y entre los propios docentes para así poder conseguir:

- Una mayor adecuación de los profesionales a las necesidades de las empresas; y
- Potenciar la inserción laboral en el sector audiovisual

7.4. Iniciativas para fomentar el sector audiovisual en el Principado de Asturias

-El Proyecto “No nos cuentes películas, ¡Hazlas!” pretende fomentar la capacidad de iniciativa, creatividad, trabajo en equipo y espíritu emprendedor entre la juventud asturiana. Mediante documentales se promueve la participación de jóvenes de entre 16 y 23 años presentando trabajos de 20 min. como máximo (hasta 31 de mayo de 2007).

-El “Plan de Desarrollo y Mejora Competitiva” de las empresas del sector audiovisual asturiano, presentado por la Cámara de Comercio de Oviedo (15/03/2007). La Cámara pretende colaborar con las 17 empresas que existen que actualmente forman parte de la Asociación de Productores de Televisión del Principado de Asturias crear un plan que tendrá tres fases: 1) Estudio de Necesidades del sector consumidor; 2) Estudio de las posibilidades que ofrecen actualmente las empresas audiovisuales y 3) Diagnóstico individual a las empresas para adaptarse a las necesidades. Con este Plan también se pretende diseñar acciones de promoción que permitan llevar las empresas a los mercados y, a la vez, de “formar” al sector audiovisual para poder hacer frente a las nuevas demandas.

8 :: ANÁLISIS DAFO

8.1. Introducción

A lo largo de los capítulos anteriores se ha hecho un repaso de las condiciones que definen el sector audiovisual en el Principado de Asturias con especial referencia a las ocupaciones implícitas en el mismo y su formación y capacitación.

A fin de facilitar al lector una aproximación rápida de los hitos más destacados que marcan esta situación, se presenta a continuación el análisis DAFO de este sector en base a sus Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

Los elementos sobre los que el diagnóstico se ha detenido han sido los siguientes:

- Definición y composición del sector (actividades incluidas)
- Breve panorámica del sector en Europa, España y Asturias:
 - Principales magnitudes (nº empresas, empleo y facturación)
 - Evolución reciente
 - Tipo y características de las empresas
 - Hitos recientes
 - Evolución prevista (incidencia de las nuevas tecnologías)
- Ocupaciones relacionadas:
 - Inventario-marco de ocupaciones relacionadas por subsector
 - Identificación de las ocupaciones más importantes en el sector asturiano
- Oferta formativa:
 - Identificación de la oferta formativa actual: centros y titulaciones
 - Valoración de la oferta en términos de calidad y adecuación a las necesidades de las empresas
 - Carencias detectadas
 - Nuevas necesidades de formación

8.2. Matriz Dafo

Puntos débiles	
1. Desconocimiento de las repercusiones del cambio tecnológico tanto a nivel de normativa del sector como de relaciones entre los agentes del sector, de cambios en la difusión de los productos y en los propios hábitos del usuario final. 2. Escasa experiencia de los agentes del sector en procesos de reflexión conjunta para desarrollar una estrategia única y compartida de desarrollo del sector. 3. Ausencia hasta hace poco de un agente referente en el sector asturiano. 4. Sector atomizado con presencia de empresas pequeñas a las que les resulta difícil poder abordar inversiones tanto para desarrollo de contenidos propios (programas piloto, por ejemplo) como de renovación del equipo tecnológico. 5. Producción muy dirigida al mercado interior y trabajando bajo pedido por lo que apenas hay relaciones con otras productoras de cara a abordar proyectos en coproducción de producción independiente y con posibilidades de comercialización exterior (rentabilidad). 6. Desarrollo muy escaso de la industria de contenidos. 7. Contratación concentrada en pocas ocupaciones a pesar de ser un sector cuya actividad demanda perfiles muy diversos. 8. Evasión de profesionales especializados hacia zonas de mayor actividad audiovisual (Madrid y Barcelona). 9. Formación poco ajustada a las necesidades de las empresas (temario desfasado) quienes se ven obligadas a dedicar tiempo a la formación de los profesionales contratados. 10. Equipamiento obsoleto de los Centros Formativos y contenidos formativos poco acordes a la realidad profesional de los/as trabajadores/as lo que contribuye a un desinterés de los/as mismos/as por temas de formación continua.	11. Falta de experiencia profesional en el profesorado de Formación Reglada. 12. Ausencia de cualificación específica superior (Licenciatura en Comunicación Audiovisual) que da lugar a una orientación de la demanda hacia el sector de Ingenieros Informáticos con problemas a la hora de desarrollar determinadas funciones.
	Amenazas
	1. El desarrollo de nuevos soportes de difusión va a suponer una mayor competencia en el sector haciendo más difícil el posicionamiento de empresas pequeñas locales en un mercado cada vez más global. 2. Aumento del dominio de la producción audiovisual extranjera en manos de multinacionales y grupos multimedia, tanto en productos más tradicionales (cine, tv, dvd) como en productos innovadores en base al desarrollo de nuevas tecnologías (nuevos productos en nuevos soportes). 3. Aumento de la presencia en Asturias de profesionales más especializados y con mayor experiencia procedentes de otras zonas del Estado (Madrid y Barcelona). 4. Competencia en precio de empresas de fuera de Asturias capaces de prestar servicios audiovisuales en base a presupuestos muy reducidos.

Puntos fuertes

1. Sector en clara expansión tanto desde el punto de vista de la oferta (nuevos soportes, nuevos productos) como de la demanda amparado también por una normativa europea y estatal de impulso y promoción.
2. Puesta en marcha de la televisión autonómica pública con demandas de programación en un escenario expansivo derivado de la puesta en marcha de la televisión digital.
3. Existencia de una red de empresas jóvenes con conocimiento y experiencia suficiente como para abordar nuevos retos para el desarrollo del sector.
4. Consideración positiva de los equipos técnicos (operadores, sonido directo).
5. Presencia de asociaciones sectoriales capaces de impulsar actuaciones que reviertan positivamente en el sector (formación, plataformas de promoción...) y actuar como interlocutores ante terceros.
6. Presencia consolidada de ocupaciones centrales de la producción audiovisual (operador de cámara, productor, editor).
7. Alto grado de polivalencia de los/as profesionales del sector.
8. Puesta en marcha de un Centro Formativo al que se le adjudica un papel relevante en la mejora de la formación de los profesionales.
9. Alto grado de motivación e interés de los/as trabajadores/as y desempleados/as por realizar formación pero adecuada a sus necesidades reales.

Oportunidades

1. Aumento de los canales de televisión a los que se va a poder acceder con una mayor fragmentación de la demanda, que elegirá en base a preferencias temáticas, calidad, proximidad.
2. El apoyo europeo a la producción propia de contenidos y el fomento de la coproducción audiovisual.
3. La nueva ley del cine español que mantiene la obligación de las televisiones de invertir un 5% en producción audiovisual e introduce una nueva normativa fiscal para atraer inversores ajenos al sector.
4. Importancia creciente de la comunicación en el mundo empresarial de la que también participan las empresas asturianas que demandan creación de páginas web, comunicación institucional, videos corporativos,
5. Posibilidades derivadas de las nuevas tecnologías (Internet, telefonía móvil, ...) para desarrollo de nuevos productos (películas para móvil, videos por Internet...) con menores necesidades de inversión.
6. Desarrollo del comercio electrónico.
7. Las necesidades de programación de la RTPA para cubrir su parrilla.
8. El proceso de reflexión que generará este estudio contribuirá a diseñar procesos de cualificación adecuados a los/as profesionales del sector.
9. La tendencia futura a la especialización en el sector creará nuevos perfiles profesionales y, por tanto, mayores posibilidades de empleo.

9 :: CONCLUSIONES

9.1. Un sector en expansión

-Tanto en Europa como en España el sector audiovisual ha experimentado un crecimiento generalizado en los últimos años.

-El número de empresas y el empleo han crecido más en el subsector de radio y televisión que de cine y video.

-El sector audiovisual tiende a la concentración. En Europa lo hace en países como Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España y, en éste último, sobre todo en Madrid y Barcelona.

-Las productoras de radio y televisión concentran en Europa el 60% de los empleos del sector audiovisual. Es un subsector con predominio de grupos multimedia grandes.

-La expansión del mercado está acompañada por un entorno cambiante, cada vez más complejo y presidido por la introducción de la televisión digital y el apagón analógico.

-Hay un proceso de convergencia con el sector de las nuevas tecnologías y de telecomunicaciones con proliferación de nuevos soportes (televisión digital por satélite, por cable, televisión interactiva, internet, telefonía móvil, cine en casa, ...) para la distribución de productos también diversos.

9.2. Un sector todavía con necesidades de apoyo institucional

-En la UE el apoyo al sector audiovisual se concreta básicamente en 2 pilares:

Televisión sin fronteras:

La Directiva TSF está en revisión y entre los objetivos de ésta se encuentran los siguientes:

- Incluir nuevos servicios aplicando las nuevas tecnologías: el vídeo a la carta, servicios a través de internet, a través de teléfonos móviles, etc..
- Permitir mayor flexibilidad de horarios y contenidos.
- Permitir la publicidad indirecta.

Media 2007:

Los programas Media comenzaron en el año 1990 y se han ido revisando hasta llegar al Media 2007 cuyas ayudas tratan de impulsar los siguientes aspectos:

- Dar importancia al proceso creativo del sector audiovisual.
- Mejorar la producción de las empresas de menor tamaño para hacerlas más competitivas.
- Apoyar la producción audiovisual de los países con mayores problemas.
- Apoyar el proceso de digitalización.

-En España:

Hay que destacar la importancia histórica del protagonismo público en las televisiones tanto de ámbito estatal como autonómico y como hito reciente la actual tramitación de la Ley de Cine cuyo proyecto de ley ha sido aprobado por el Consejo de Ministros el pasado 1 de junio de 2007. Este texto se envía ahora al Congreso de los Diputados con la consideración de urgente con el objetivo de que se apruebe a finales de año. Entre sus aportaciones cabe mencionar que se mantiene la norma sobre la obligación de las televisiones de invertir un 5% en producción cinematográfica.

9.3. Pequeñas empresas con grandes retos

- Si en 2006 había en Asturias 8.542 empresas, en torno al 1% se incluían en el sector audiovisual.
- Es un sector de reciente implantación. Desde 1999 el número de empresas ha crecido un +62%. Por su impacto destaca la reciente puesta en marcha de la RTPA. Con una plantilla de 100 profesionales y 20 contratos en prácticas aprobados en 2006 es la empresa más grande del sector.
- Predominan las empresas pequeñas con escasa presencia de sociedades anónimas.
- Según datos del INE de 2001, los empleos de las empresas incluidas en el sector audiovisual ascendían a unos 1.040, de los cuales en torno al 75% tienen contrato fijo.
- El empleo del sector representa aproximadamente el 0,2% de la población activa de Asturias y las expectativas de las empresas sobre su evolución futura son positivas.
- Se trabaja principalmente para el propio mercado asturiano que representa en torno al 80% de la facturación.
- Para las productoras independientes los principales clientes son las empresas industriales y comerciales, las agencias de publicidad y las instituciones públicas (ayuntamientos..).
- El componente técnico (servicio de cámaras, equipo de sonido e iluminación...) tiende a predominar sobre el creativo.
- Es un sector joven en cuanto a edad, con un 68% de los empleados con menos de 45 años. Por tanto, no hay problema de relevo generacional.
- Hay un predominio masculino, sobre todo en las productoras (73%).
- El 42% de los empleos tiene formación profesional, porcentaje que asciende a un 61% en las productoras.

9.4. Una oferta formativa todavía incipiente

- El CIFP de Langreo es la última incorporación a la oferta formativa existente aunque tiene ya en el sector una notoriedad elevada. Está ofreciendo una oferta formativa que empieza a cubrir algunas necesidades detectadas, como son las de imagen y sonido. Es un Centro recomendado por el 100% de las empresas y en el que los alumnos iniciarán en breve las prácticas para ir introduciéndose en el mundo laboral.
- Otros Centros con mayor antigüedad son el CIDISI y el I.E.S. ARAMO. Son los más conocidos y proveedores de profesionales para un porcentaje muy amplio de empresas (en torno al 75%).
- Como Centros con menos notoriedad que los anteriores aparecen la Escuela de Arte de Oviedo y la Escuela Taller de Avilés.
- Respecto a la formación ofrecida por los sindicatos (formación continua), se trata de una actividad que la mayoría de las empresas desconoce algo que no es de extrañar si se tiene en cuenta que son empresas pequeñas que tienden a asumir casi sobre la marcha y de forma directa la formación in situ de los profesionales que contrata.
- EL 66% de las empresas creen que actualmente los Centros de Formación no cubren las necesidades formativas existentes y se pueden concretar tres motivos fundamentales:
 - Equipos y recursos materiales obsoletos: se trata de un sector en el que la innovación tecnológica es muy elevada lo que requiere un alto grado de inversión regular para mantener los equipos actualizados.

- Los cursos ofrecidos se consideran de baja calidad y poco actuales en sus contenidos.
- Poca especialización en la formación ofrecida que debería adaptarse a los cambios técnicos con más agilidad.

-Quizás por ello a la hora de contratar profesionales las empresas -a diferencia de las tv locales- tienden más a recurrir a conocidos, referencias en prensa, Internet, boca a boca, otros profesionales, etc. que a los propios Centros.

9.5. Un sector con necesidades de formación manifestadas

-Casi el 90% de las empresas reconoce tener necesidades de formación aunque se trata de una demanda cuya solución tiende a improvisarse actualmente recurriendo a recursos propios.

-El tipo de formación más demandada por las empresas de fotografía es:

- Programa PHOTOSHOP PREMIERE para imagen.
- Programas de autoedición.
- Idiomas.

-En el caso de las productoras independientes las necesidades de formación aluden a:

- Programas específicos de sonido, iluminación y técnicas de televisión.
- Producción audiovisual en general.
- Producción en alta definición.
- Difusión de contenidos multimedia vía web.
- Informática.

-En el caso de las televisiones locales la demanda formativa hace referencia a:

- Técnicas de imagen y sonido para televisión.
- Informática aplicada a procesos como son el de edición, redacción, realización, producción.
- Idiomas.

9.6. Abriéndose a la contratación de nuevas ocupaciones que se suman a las ya consolidadas.

-Aunque en el sector de la producción videográfica y de televisión se pueden identificar hasta un total de 44 ocupaciones diferentes, las que hasta la fecha más se han contratado por parte de las empresas productoras y las televisiones son las siguientes:

Ocupaciones con mayor índice de contratación reconocido hasta la fecha

Productoras independientes	Televisiones Locales
De presencia generalizada en las productoras y tvs (contratan todas o casi todas)	
Operador de cámara de cine o vídeo	Realizador
Productor	Diseñador gráfico
	Operador de cámara de cine y video
Ocupaciones bastante frecuentes (contratan entre el 60%-80% de las productoras/tv).	
Editor de video	Operador reportero de cámara de video
	Productor
	Redactor
Ocupaciones que van introduciéndose	
Han contratado entre el 25%-40%	Han contratado el 50% de las tv.
Ayudante de producción	Director de programa/editor
Redactor	Editor de video
Diseñador gráfico	Editor montador de vídeo
Director de programa/editor	Jefe de producción
Editor/montador de video	Jefe de redacción
Sonidista	Reportero gráfico (ENG)

-De éstas ocupaciones tanto los productores como los editores, los sonidistas y los redactores se valoran como de difícil cobertura en el mercado laboral asturiano.

-Además se reconoce que existen también otras ocupaciones cuyos perfiles se cubren en la actualidad bien recurriendo a la polivalencia de los propios recursos o recurriendo a profesionales de fuera de Asturias y cuya demanda se valora por el sector en progresión creciente. Estas ocupaciones que pueden agruparse bajo la categoría de emergentes son las siguientes:

- Técnicos de iluminación.
- Maquinistas de grúas y travellings.
- Documentalistas.
- Creativos.
- Presentadores.

-Por su parte el subsector de fotografía recurre menos que el de la producción videográfica y de televisión a la contratación de profesionales. Cuando lo ha hecho (46%) han contratado las siguientes ocupaciones:

- Técnico en retoque fotográfico, diseño gráfico y autoedición (23%)
- Técnico de Laboratorio de Imagen (15%).

10 :: RECOMENDACIONES

1.-Creación de la Asociación/Cluster Asturiano del Sector Audiovisual

Después de analizar los datos y realizar entrevistas y reuniones con empresas, profesionales y Centros de Formación del sector audiovisual de Asturias se constató la atomización del sector, con un tamaño medio pro empresa reducido (5,2 empleos en productoras). Sin embargo es un sector que debe acometer importantes inversiones en equipos y mantenerse en un entorno expuesto a un proceso de cambio tecnológico acelerado. De momento existen asociaciones implantadas en las distintas actividades del sector audiovisual pero se considera necesario avanzar en la articulación del propio sector mediante la formación de una asociación profesional conjunta, tal y como existe en otras CCAA, que puede adoptar bien la forma de Federación o de cluster sectorial. Entre las funciones de esta Asociación/Cluster estaría la de fomentar, impulsar y mejorar la producción audiovisual asturiana, gestionar los programas de ayudas, actuar de interlocutor y representante del sector ante terceros, velar por el cumplimiento de la normativa vigente, reforzar, apoyar y ayudar tanto en la elaboración de contenidos actuales para formación como para ofrecer soporte a las personas que se quieren iniciar en estos perfiles profesionales, etc.

En definitiva hacer que el propio sector vaya creando las condiciones para favorecer la producción audiovisual asturiana pensando tanto en las necesidades del propio mercado como en productos para una distribución más general. En este sentido es importante el papel de interlocución que pueda desempeñar ante otros agentes (Radio Televisión Asturiana) de cara a posicionar competitivamente las propias empresas asturianas.

2.-Fomentar la producción audiovisual propia

El sector audiovisual en Asturias es un sector en expansión. En el área empresarial el uso creciente de las nuevas tecnologías está muy vinculado con el desarrollo de las políticas de comunicación, páginas web e imagen corporativa de las propias empresas así como también con la apertura a nuevos mercados, ... que hacen pensar que este tipo de demanda mantenga su evolución creciente en un futuro inmediato.

Por otro lado, en el área institucional la demanda audiovisual no es ajena tampoco a las estrategias de comunicación e imagen pero de forma específica hay que señalar en este caso la demanda derivada de la actividad cultural promovida por la administración local y regional (espectáculos en vivo) o a las necesidades derivadas de actuaciones en museos, patrimonio, etc. donde las técnicas expositivas cada vez más utilizan también soportes audiovisuales.

En cuanto al mercado televisivo, las expectativas derivadas de la introducción de la televisión digital terrestre y, referido a Asturias, la puesta en marcha de la RTPA, definen un escenario en el que las necesidades de la programación van a requerir también un aumento de la producción audiovisual, la cual desde el punto de vista de los soportes de difusión (Internet, telefonía móvil, ...) ve también multiplicadas sus posibilidades.

Sin embargo, la oferta actual en Asturias es todavía joven e incipiente, dirigida más a resolver problemas técnicos y actuar bajo demanda que a invertir en producción independiente de contenidos. De hecho, sólo un 14% de las empresas asturianas del sector consideran que el componente creativo domina su actividad. Pero, sin duda, a la vista de las tendencias observadas en Europa, y de la importancia que toman las distintas plataformas de difusión, especialmente aquellas que suponen una reducción de costes, se considera necesario fomentar la iniciativa y la capacitación en el ámbito de la industria de contenidos.

3.-Mejorar las condiciones y la práctica de los Centros Formativos

La encuesta a las empresas ha servido para captar una debilidad en el sector como es la falta

de centros de formación adecuados. Los existentes reciben una puntuación bastante baja derivada de las cuatro circunstancias siguientes:

- Temarios poco actualizados.
- Falta de formación transversal que capacite en labores de gestión y no sólo en funciones puramente técnicas.
- Equipos obsoletos.
- Profesores/as que no siempre mantienen sus conocimientos y experiencia actualizados.

Temarios y contenidos

En cuanto a los temarios y contenidos éstos vienen definidos según normativa estatal de 1996, a todas luces desfasada hoy en día teniendo en cuenta los cambios tecnológicos experimentados. Ahora bien, en la actualidad el Principado no tiene competencias para modificar los contenidos en Formación Profesional Reglada por lo que debe buscarse esta adecuación de los contenidos a través de:

-Mejorar la oferta de formación ocupacional para personas en paro otorgando mayor duración y extensión a los cursos ofrecidos.

-Mejorar la oferta de formación continua para trabajadores a través de cursos especializados en contenidos y temarios acordes al desarrollo tecnológico actual y realizados por profesionales del sector, a fin de evitar que algunas categorías queden obsoletas y puedan ir actualizándose permanentemente.

Se piensa en cursos cortos (entre 16 y 60 horas) y con gran flexibilidad en cuanto a fechas, horarios y número de asistentes.

-Aumentar la oferta de formación continua transversal para favorecer los conocimientos cada vez más amplios de los/as profesionales, sobre todo en:

- Idiomas
- Informática
- Diseño y técnicas de gestión.

al tiempo que también una mayor implicación de las empresas en actividades de este tipo.

-La formación debería además completarse con períodos de prácticas en empresas donde el/la alumno/a se familiarice con las herramientas específicas que se utilizan en el ejercicio de la actividad y se garantice en consecuencia la adecuación entre los contenidos formativos y la realidad laboral.

Equipos

Garantizar una enseñanza actualizada en cuanto a los equipos utilizados no es una cuestión fácil dado el rápido avance que experimentan las propias marcas en este sector. Requiere un presupuesto anual amplio pero también avanzar en soluciones más imaginativas, flexibles y que vayan involucrando a las empresas del sector y a las propias marcas.

Fórmulas de leasing, cesión de equipos, mercado de segunda mano, formación continua específica, prácticas autorizadas en las empresas, etc. son algunas de estas soluciones que los Centros deberán contemplar.

Profesores

El dinamismo tecnológico del sector obliga a que el profesorado mantenga sus conocimientos y experiencia también actualizados tanto si imparten en formación continua como en profesional y ocupacional.

En este sentido el contacto de los Centros con las empresas asturianas del sector aparece como una condición imprescindible así como también con los propios fabricantes de equipos, con otras asociaciones/cluster existentes, la asistencia a ferias y jornadas, las revistas especializadas, etc.

4.-Promover una mayor especialización de los perfiles ocupacionales

Aunque se han identificado hasta un total de 44 ocupaciones diferentes en el sector de la producción audiovisual, hoy en día las empresas asturianas están contratando un número limitado de éstas siendo una práctica bastante habitual recurrir a la polivalencia de los trabajadores para cubrir funciones asociadas a ocupaciones diferentes.

A este respecto, las entrevistas realizadas entre profesionales del sector ha permitido constatar que los avances tecnológicos exigen cada vez más habilidades muy específicas pero también que las propias producciones van requiriendo incorporar en mayor medida perfiles diferentes.

Esta circunstancia exige a nivel formativo insistir en una mayor definición de los campos formativos dentro del sector audiovisual y determinar con mayor precisión las diferencias entre módulos formativos que, hoy por hoy, no siempre se dan. Por ejemplo, el módulo formativo “Realización en medios audiovisuales y espectáculos” se solapa en algunas categorías, como la de realizador, con la Licenciatura de Comunicación Audiovisual (no existente en Asturias).

Las necesidades formativas más emergentes son en producción, edición, regidores/realizadores, iluminación, creativos y presentadores.

Y no sólo es una mayor definición a nivel formativo sino que también habría que favorecer la especialización de los perfiles a nivel laboral, tendiendo a la aparición de nuevas categorías profesionales para superar la mencionada polivalencia de los/as trabajadores/as. Así se daría salida a los perfiles emergentes del sector. Desde el INCUAL (Instituto Nacional de Cualificaciones) ya se están modificando estos perfiles en la búsqueda de esa pretendida especialización.

Esta mayor definición de los campos formativos y perfiles se conseguiría intentando también introducir estudios superiores en Asturias vinculados con el sector como son las licenciaturas de Comunicación Audiovisual o Periodismo o Telecomunicaciones.

5.-Desarrollar oferta formativa específica a corto plazo

En estos momentos hay ya una demanda de cursos específicos acorde a las necesidades que ha puesto de manifiesto las empresas y expertos del sector y que requeriría intervenir a corto plazo. Esta demanda alude a:

- Producción en alta definición (sobre todo para productores y televisiones locales)
- Difusión de contenidos vía web
- Informática
 - Office
- Aplicaciones informáticas y programas específicos
 - Animación y dibujo por ordenador (en 2D y 3D)
 - Photoshop (sobre todo para imagen)
- Técnicas de imagen y sonido
 - Acústica y sonido
 - Técnicas de iluminación
 - Digitalización de imágenes

- Idiomas
 - Inglés (como prioritario)
- Autoedición
- Técnicas aplicadas a la edición, redacción, realización y producción
 - Realización de presupuestos y financiación
 - Escenografía
 - Interpretación
 - Dicción y locución
 - Microfonía
 - Técnicas de presentación e información
 - Técnicas narrativas
 - Técnicas de comunicación
 - Marketing
 - Atención al cliente
 - Habilidades Sociales
 - Organización de Equipos

Algunos cursos de éstos se imparten ya en el Principado de Asturias, como serían: Office, Animación y dibujo por ordenador, Photoshop, Sonido, Iluminación, Digitalización, Inglés, Marketing, Atención al cliente, Habilidades Sociales, Organización de Equipos o Presupuestos y Financiación. Pero existe una necesidad explícita de ofrecer contenidos más actualizados, prácticas más especializadas e, incluso, un número más numeroso de estos cursos orientados al sector audiovisual y a los que puedan acceder más trabajadores/as (tanto en activo como desempleados). Por eso se aconseja reforzar este tipo de formación y orientarla y adaptarla a las necesidades del sector tal y como se menciona en este estudio.

Por otro lado, la oferta formativa de producción en alta definición, difusión de contenidos vía web, autoedición, escenografía, interpretación, dicción y locución, microfonía, técnicas de presentación, información, narrativas y de comunicación entre otras materias, no están impartidas hoy día en Asturias y son demandadas. Sería recomendable ofrecerlas para que comenzaran a introducirse nuevas materias y especializaciones en el sector audiovisual.

Anexo 1 :: Relación de personas entrevistadas

Personas entrevistadas
Manuel J. Castrillo Álvarez Director de Gestión y RR.HH. Radiotelevisión del Principado de Asturias
Julio García Cedrón DP Comunicación (productora). Oviedo.
Alberto González Menéndez Secretario General FADE Oviedo.
César Martínez Asturiana de Revelados-Revelastur (Laboratorio fotográfico) Oviedo.
Jerôme Muñoz CIFP Langreo
José Manuel Pulido Dpto. de Formación CCOO Oviedo
Emerita Rodríguez Servicio de Formación Ocupacional y Continua Consejería de Educación y Ciencia Gobierno del Principado de Asturias
David Urizar Técnico de sonido UGT Oviedo
Mónica Yugueros Canal 10 (Televisión Local). Gijón.

Anexo 2:: Asistentes grupo de trabajo

Grupo de trabajo
Joaquín Fernández Collado Presidente Asociación Profesional de Radios y Televisiones de Asturias
Pablo Freije Laboratorios Sendacolor
Javier Galán Presidente Asociación Productoras de Cine de Asturias
Jerôme Muñoz CIFP LANGREO
Luis Núñez Representante Asociación Asturiana Electroacústica
Sergio Vega Presidente Asociación Profesional de Fotografía y Video

Anexo 3 :: Empresas y profesionales contactados para encuesta

Empresas productoras asociadas a la Aptva
Contactadas
AQF Imagen Digital, S.L. Enrique Martos
Blaster Televisión José Cuesta Pareja
Cesar Hórreo Granda
Delta, C:B. Sonia de Castro
DP Communication Julio García Cedrón
E.M.P. Estudio Musical Principado Covadonga González
ENCAJA TRADIN S.L. Jesús Álvarez López
HI-Video Producciones CB. Sofía Menéndez
Margen Videoproducciones CB José Ramón García Ramos
Nobel audiovisual, S.L. Agustín Fernández
Ondas Video, SL. José Joaquín Martínez Fernández
Producciones Idola-Media, S.L. Roberto Costales Escudero
Rendercam Ignacio González García
Tabu Comunicación S.L. Rodrigo Lueje Valdés
Teletemas Javier Galán Méndez
Valle Producciones José Ignacio Valle López

Empresas de fotografía	
Contactadas	
Asturiana de Revelados -Revelastur César Martínez	
Cromatic Laboratorio Antonino Castillo Montiel	
SDI Soluciones Informáticas César Cadenas	
Sendacolor Laboratorio Urcisino Freije Avellon	
Soportes Fotográficos María Antonia Tranche	
Foto Nacho Gamazo Ignacio Gamazo Gredilla	
Foto Javier Granda F. Javier González Granda	
Foto Hevia Jonatan Hevia Valles	
Tatiana Fotógrafos, S.L. Tatiana Merlo Bernardo	
Muel Fotógrafo Jesús Muel de Dios	
La General Fotógrafos José Ramón Navarro Tudela	
Santy Comunicacion Santiago Clavel Pinsor	
Foto Solar José Luis Solar Peña	

Televisiones Locales

Contactadas

Oviedo Televisión
Jesús SolaresTele Aviles
José Manuel GonzálezCuencas Mineras TV
Paula LamasTelevisión Centro
Juan Carlos Canteli MolinsCanal 10 TV
Mónica YugerosTelevisión Local de Narcea
José Ramón Feito Hernández

FICHAS OCUPACIONES

Subsector fotografía

TÉCNICO DE LABORATORIO DE IMAGEN	OCUPACIÓN
Denominación	
Profesional encargado de realizar correctamente el procesado y tratamiento de material fotográfico y el revelado, etalonaje y copiado de imágenes cinematográficas; conocer los principales productos, instrumentos, equipos y materiales que intervienen en el procesado y tratamiento de material fotográfico, así como las normas de seguridad en su uso, manipulación y almacenamiento.	
Competencia clave	
-Revelar soportes fotosensibles. -Realizar y controlar los procesos de positivado y ampliación en blanco y negro y color. -Tratar imágenes fotográficas por procedimientos digitales. -Realizar la administración, gestión y comercialización en una pequeña empresa o taller	
Aspectos que se valoran por las empresas	
-Capacidad de organización: los laboratorios fotográficos buscan gente organizada y a la que le guste el orden ya que es importante para un buen desarrollo de su trabajo como técnico. Capacidad para estructurar el trabajo, el tiempo y ser minucioso. -Higiene: sobre todo para el manejo de fotografías y de la maquinaria necesaria, se requiere mucha higiene y limpieza, en especial de las manos. -Conocimientos de maquinaria: neumática, electrónica, fluidos ya que en algunas situaciones un técnico/a de laboratorio tendrá que abrir la máquina de revelados o copiados para evitar atascos, malfuncionamientos, etc. -Trabajo en equipo: muchas veces se tendrá que trabajar con otros técnicos, contactar con clientes, con fotógrafos, empresas,.. y se ha de tener interés, sociabilidad y ganas de realizar un buen trabajo en equipo.	

TÉCNICO DE LABORATORIO DE IMAGEN

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Este perfil es requerido por laboratorios fotográficos y de revelado porque se hace necesaria una buena formación académica, preferiblemente tanto a nivel de conocimientos técnicos como informáticos y de maquinaria. Cada vez más los Laboratorios están informatizados y se realizan diferentes tareas, y eso hace que sea imprescindible un buen nivel de los técnicos/as. Cada vez más se tiende a la fotografía digital, pero sin olvidar la impresión en papel químico o su tratamiento informático (retoque digital, autoedición, etc...).

Perfiles emergentes:

La impresión en inyección de tinta, que parece que cada vez se utilizará más a medida que se vayan abaratando sus costes.

El trabajo por Internet es paulatinamente más frecuente: los clientes envían sus peticiones vía web y se trabaja informáticamente para ofrecer el resultado demandado: realización de retoques, productos variados (camisetas, tazas, bolsos, etc.) o álbumes digitales.

TÉCNICO DE LABORATORIO DE IMAGEN

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

- Fotografía: FP Grado Superior en la Escuela de Arte de Oviedo
- Fotografía Digital: Formación Continua en CIFO Langreo.
- Técnico de Laboratorio en Imagen: FP Grado Medio en ARAMO.
- Fotógrafos: FP Grado Superior en CIFP LANGREO
- Fotógrafo: FO en CIFP Langreo

Formación transversal:

-Idiomas, Informática, Electrónica y/o mecánica, Fotografía Digital, Photoshop, Vídeo

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Muchos técnicos/as de laboratorio actualmente están trabajando porque han ido aprendiendo el oficio (empezando de mensajeros, por ejemplo), y a menudo se recurre a otros perfiles con diferentes cualificaciones para el desarrollo de este trabajo. La oferta laboral actual es muy escasa.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Existe una cualificación de Grado Medio aunque las empresas requieren una formación más actual y orientada también a los conocimientos mecánicos de las máquinas que se han de utilizar.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se observa un aumento en la demanda de revelados de fotografías digitales y de álbumes. Si esa demanda sigue creciendo se prevé un aumento de ofertas laborales de técnicos de laboratorio con formación académica.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Es un perfil que requiere gusto por un trabajo bien hecho (siempre atendiendo a lo que demandan los clientes), paciencia, higiene y orden.

Observaciones

Se observa un aumento de especialización en los Técnicos/as de Laboratorio, que realizan cada vez más tareas diversas, como el revelado fotográfico, retoque digital, creación de álbumes o CD, trabajos con fotografía digital, productos variados de venta directa y estampación de diferentes objetos, atención a clientes, etc.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

**TÉCNICO/A EN RETOQUE FOTOGRÁFICO,
DISEÑO GRÁFICO Y AUTOEDICIÓN****OCUPACIÓN****Denominación**

Es el profesional que, con experiencia de diseño, dibujo, retoque, rotulación y con conocimiento de las técnicas de animación, tiene bajo su competencia la creación de formas gráficas para la realización de películas, publicidad, documentales, books fotográficos, etc, utilizando para ello los procedimientos y técnicas que en cada caso considere más adecuados.

Competencia clave

_Crear presentaciones, animación y story boards.

-Elaborar los bocetos necesarios hasta lograr la idea más idónea.

-Realizar el proceso de retoque y/o copiado.

-Seleccionar las imágenes y crear composiciones gráficas por medio del correcto uso de las técnicas de diseño informático.

3. Aspectos que se valoran por las empresas

-Conocimientos de programas informáticos de autoedición, retoque fotográfico y diseño gráfico, para realizar un buen trabajo.

-Autonomía en el trabajo: desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de manera independiente, eficaz y eficiente, lo que implica destreza, precisión y toma de decisiones.

-Capacidad de organización y pulcritud ya que en este perfil es fundamental la organización y minuciosidad, ya que se trata, entre otras cosas, de resultados finales. Se ha de estructurar el espacio, el tiempo y el trabajo de forma productiva y efectiva.

-Polifuncionalidad: entendida como la capacidad de desarrollar diferentes trabajos relacionados con la fotografía: retocar, modificar, crear, maquetar, realizar animaciones, copiar, seleccionar, componer, etc.

**TÉCNICO/A EN RETOQUE FOTOGRÁFICO,
DISEÑO GRÁFICO Y AUTOEDICIÓN****MERCADO****Mercado de trabajo****Tendencias de la ocupación:**

Este perfil cada vez está teniendo más salida laboral, ya que se está incrementando el uso de la fotografía digital y cada vez más se recurre a especialistas en Diseño Gráfico, Retoque Fotográfico y Autoedición. Existen diferentes ocupaciones cercanas, como por ejemplo fotografía comercial y publicitaria, donde se requieren técnicos en retoque y diseño fotográfico.

Perfiles emergentes:

Se requiere una formación continua constante, ya que constantemente aparecen aplicaciones informáticas y nuevos programas que optimizan el trabajo y actualizan el perfil del técnico/a.

También sería positivo conocer y utilizar otras herramientas de trabajo como el vídeo: para hacer montajes, animaciones, etc.

**TÉCNICO/A EN RETOQUE FOTOGRÁFICO,
DISEÑO GRÁFICO Y AUTOEDICIÓN****FORMACIÓN****Formación****Reglada, ocupacional, continua:**

- Fotografía: FP Grado Superior en la Escuela de Arte de Oviedo
- Fotografía Digital: Formación Continua en CIFO Langreo.
- Fotógrafos: FP Grado Superior en CIFP LANGREO
- Fotógrafo: FO en CIFP Langreo

Formación transversal:

- Idiomas, Informática, Vídeo

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual

Falta más oferta formativa de técnico en retoque digital, autoedición y diseño gráfico aunque no se detecta una oferta laboral grande, pero se prevé que cada vez sea más demandada.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida

Se requiere una cualificación con este perfil, ya que hasta ahora la oferta formativa es escasa y cada vez más se exige más profesionalización y más especialización a los profesionales.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura

Se observa un aumento en la demanda de fotografías digitales lo cual indicaría un incremento en la oferta futura de técnicos/as de retoque fotográfico, diseño gráfico y autoedición. Esto también aumentaría la demanda laboral para este perfil.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Por parte de empresas se demandan unos profesionales con formación actualizada y con interés por la formación continua y de reciclaje constante.

Observaciones

Cada vez hay más programas de autoedición y diseño gráfico lo cual hace necesario que los profesionales sean conocedores de las nuevas tecnologías y nuevas aplicaciones que puedan favorecer y agilizar el desarrollo de su trabajo.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

FOTÓGRAFO / A

OCUPACIÓN

Denominación

Prepara y capta imágenes fotográficas de manera autónoma, según el proyecto que le ha sido solicitado y determina o realiza el proceso de revelado para la obtención del producto definitivo.

Competencia clave

- Organizar la producción fotográfica.
- Elaborar y captar las tomas fotográficas.
- Encargar y supervisar y, en su caso, realizar el proceso de revelado y/o copiado.

3. Aspectos que se valoran por las empresas

-Meticulosidad: tanto en la realización de buenas fotografías, como en la facilitación de un buen revelado (buen enfoque, iluminación correcta, etc...).

-Capacidad de organización y de detalle: entendida como la capacidad para estructurar el trabajo, buscar buenos técnicos de revelado, realizar un buen trabajo respondiendo a las demandas de sus clientes,...

-Autonomía: en el desarrollo de sus funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz.

-Actuación profesional: interés por poner en práctica y ampliar los conocimientos técnicos y teóricos asociados a esta profesión. Es fundamental que los fotógrafos/as se mantengan actualizados en las nuevas técnicas y sistemas de trabajo, como son, por ejemplo, los cambios en fotografía digital e impresión, al igual que nuevas técnicas de iluminación, revelado...

-Orientación al cliente y habilidades sociales: preocupación por satisfacer las demandas del cliente en toda su amplitud. En este perfil es muy importante tener asertividad, sociabilidad y capacidad de análisis.

FOTÓGRAFO / A

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Los fotógrafos/as necesitan una buena base teórico-práctica para poder desarrollar con eficacia su trabajo y, ser consciente de la importancia de todos los detalles para la consecución de un buen resultado: la iluminación, la orientación, la obturación, el tipo de objetivo, maquillaje, etc.

Cada vez hay más especialización en los fotógrafos/as (de prensa, de publicidad, de cine, etc...) y necesitan una constante actualización de sus conocimientos: retoque fotográfico, autoedición, montaje de álbumes,...

La parte de atención y búsqueda de clientes es fundamental para conseguir cada vez más trabajo.

La fotografía digital ha incrementado notablemente su utilización en los últimos años, aunque se sigue utilizando la fotografía analógica y otros tipos emergentes de las nuevas tecnologías, que han de conocer bien los fotógrafos/as.

Perfiles emergentes:

Cada vez hay más especialización: Fotógrafo de prensa, de publicidad, de televisión, etc.

Podría ser positivo que el perfil del fotógrafo también se orientara hacia el vídeo, ya que sus competencias podrían modificarse hacia el trabajo con otras herramientas: montaje con fotografías, animaciones, etc.

FOTOGRAFO / A

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

- Fotografía: FP Grado Superior en la Escuela de Arte de Oviedo
- Fotografía Digital: Formación Continua en CIFO Langreo.
- Fotógrafos: FP Grado Superior en CIFP LANGREO
- Fotógrafo: FO en CIFP Langreo

Formación transversal:

- Escenografía, Idiomas, Técnicas de Maquillaje, Marketing, Atención al Cliente, Vídeo

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

La oferta actual es escasa y cada vez más se opta por salidas de autónomos a nivel laboral: montaje del propio negocio, auto candidaturas,...

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Hay formación en diferentes centros y se espera que cada vez se ofrezca más, pero se busca una cualificación superior, con conocimientos teórico-prácticos actuales, nuevas técnicas, utilización de las nuevas tecnologías, etc.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se ha producido un incremento importante en la utilización de la fotografía digital lo cual requiere una mayor oferta en los productos que ofrecen los fotógrafos. Para ello se ha de hacer hincapié a la formación transversal y a la formación continua para estar en constante reciclaje.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Suele ser, cada vez más, un trabajo autónomo.

Observaciones

Se requiere conocimientos de fotografía digital, analógica, programas de retoque digital, además de tener un buen equipo material para ofrecer un buen producto resultante.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

Subsector producción (productoras)

PRODUCTOR / A	OCUPACIÓN
Denominación Es el profesional que, con amplios conocimientos del arte y de las técnicas de producción, posibilita la producción de películas de cine ejerciendo el control en el ámbito presupuestario, adecuando la utilización de los recursos tanto económicos como técnicos y humanos.	
Competencia clave -Establecer los métodos operativos para el funcionamiento coordinado de la producción general. -Diseñar el equipo básico de producción. -Preparar el plan general de trabajo, así como el plan diario de rodaje o grabación con el Realizador y la Dirección. -Establecer la infraestructura técnica y humana necesaria y negociar las condiciones de contratación técnica, artística y humana. -Solicitar y negociar los permisos para formalizar la autorización de rodaje en los lugares elegidos, organizando y coordinando los desplazamientos del equipo. -Ejercer el control presupuestario. -Localizar posibles patrocinadores y formas de financiación de las películas y participar en la elaboración de campañas publicitarias. -Elaborar el package.	
Aspectos que se valoran por las empresas -Conocimientos en Alta Definición (HQ): cada vez más se tiende a la producción en Alta Definición para mejorar el visionado y la emisión. -Capacidad de realizar difusión de contenidos multimedia vía web: se trabaja más mediante internet y muchas funciones están informatizadas. -Liderazgo y comunicación: capacidad para guiar a los demás fomentando la participación de los compañeros/as y consiguiendo la comunicación efectiva de los objetivos de la empresa. -Capacidad de organización: entendida como la capacidad para estructurar el espacio, el entorno, el tiempo y el equipo personal de forma productiva. Ha de tener orientación para gestionar personas. -Trabajo en equipo y colaboración: el productor/a realiza su trabajo dentro de un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos marcados. -Habilidades sociales y orientación al cliente: se ha de preocupar por satisfacer las demandas del cliente en toda su amplitud, por eso es importante que posea fluidez verbal, asertividad, capacidad de análisis y sociabilidad. -Conocimientos sobre presupuestos para presentar a los clientes e ir ejerciendo el control durante la duración del proyecto que se lleve a cabo.	

PRODUCTOR / A

MERCADO

Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

Cada vez se tiende más a la informatización de este perfil, lo cual hace necesarios unos buenos conocimientos en informática.

Poco a poco, el surgimiento de la TPA ofrecerá más posibilidades a productores para ir cubriendo horas de emisión y se requiere gente con mucha creatividad, iniciativa e interés por desarrollar óptimamente su trabajo.

Perfiles emergentes:

Requiere una formación continua para optimizar el desarrollo de las funciones del productor/a.

PRODUCTOR / A

FORMACIÓN

5. Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

-En CIFP Langreo se impartirá a partir del 2008: FP Grado Superior

Formación transversal:

-Inglés (idiomas), marketing, informática, atención al cliente, realización de presupuestos.

6. Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Muchas veces la demanda se cubre con profesionales de fuera de Asturias. La oferta es escasa, aunque con el surgimiento de la TPA se espera una mayor oferta laboral de productores para la realización de producciones locales: cortos, series, programas, etc...

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una formación reglada para este perfil de productor y actualmente es escasa. La que se ofrece habría que mejorarla y actualizar los contenidos a impartir, contando con profesionales con experiencia.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

En un futuro se espera una mayor oferta laboral si se incrementa la producción de televisiones (como la TPA), cinematográficas o empresas de comunicación que lo requieran. Se requerirá, cada vez más, un nivel de emisión en Alta Definición.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Muchas veces los productores trabajan de forma autónoma y, si el trabajo lo requiere, contratan temporalmente a más personal como operadores de cámara, editores-montadores, sonidistas, etc.

7. Observaciones

Se requiere un nivel de formación continua alto para actualizar conocimientos e ir aprendiendo nuevas técnicas y habilidades para el óptimo desarrollo de las competencias del productor/a.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

AYUDANTE DE PRODUCTOR / A	OCUPACIÓN
Denominación	
Es el profesional que, con amplios conocimientos del arte y de las técnicas de producción, posibilita la producción de películas de cine ejerciendo el control en el ámbito presupuestario, adecuando la utilización de los recursos tanto económicos como técnicos y humanos.	
Competencia clave	
-Diseñar el equipo básico de producción. -El plan general de trabajo, así como el plan diario de rodaje o grabación con el Realizador y la Dirección. -Realizar junto al Productor Establecer la infraestructura técnica y humana necesaria y negociar las condiciones de contratación técnica, artística y humana. -Solicitar y ayudar a negociar los permisos para formalizar la autorización de rodaje en los lugares elegidos, organizando y coordinando los desplazamientos del equipo. -Ayudar a localizar posibles patrocinadores y formas de financiación de las películas.	
Valoración por las empresas	
-Trabajo en equipo y cooperación: el ayudante de producción realiza habitualmente su trabajo dentro de un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos marcados. Este perfil ha de ser consciente que ha de estar bajo la supervisión del productor/a. -Conocimientos técnicos de producción, en relación a las diferentes fases del proceso de producción que le permitan detectar y solucionar problemas y estar al día de todos los procesos que supone una producción. -Polivalencia y colaboración: ya que se le demandará que colabore con otros profesionales y con su responsable directo en diferentes tareas, que a veces, pueden salirse un poco de sus propias competencias.	

AYUDANTE DE PRODUCTOR / A

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Para este perfil se requiere a un profesional que conozca bien sus competencias pero que no se limite a ellas, sino que es necesario que sea una persona polivalente y que conozca todo el proceso de producción de su inicio.

Una característica importante es la necesidad de trabajar en equipo y cooperar con los demás compañeros/as para la consecución de unos objetivos comunes.

Se espera que, con el surgimiento de la TPA y de diversas productoras privadas, cada vez haya un incremento superior de necesidades laborales, entre ellas, de ayudantes de producción (lo que supusiera un aumento de las plantillas profesionales de las empresas).

Perfiles emergentes:

Si las productoras cada vez necesitan más personal, significará que el perfil de los ayudantes de producción sería fundamental en las empresas que ha de producir tanto documentales, como cortos, series, programas, informativos, etc.

Altos conocimientos en informática y sobre digitalización de contenidos es muy importante para un desarrollo óptimo del trabajo.

AYUDANTE DE PRODUCTOR / A

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

-En CIFP Langreo se impartirá a partir del 2008: FP Grado Superior en Producción

Formación transversal:

-Inglés, marketing, Informática, Conocimientos sobre financiación

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

No se encuentra demanda laboral actualmente. La creación de nuevas productoras haría necesaria la demanda de profesionales.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se ofrece sólo alguna formación continua específica para empresas, pero la oferta es escasa. A partir de 2008 se prevé iniciar un Grado Superior en Producción en CIFP de Langreo, hecho que cubriría futuros puestos laborales.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se ha de cubrir a nivel formativo este perfil para luego demandar puestos laborales con profesionalización.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

La formación que se ha de ofrecer ha de ser actual e impartida por formadores experimentados y con altos conocimientos en producción.

Observaciones

Es necesaria una formación de calidad y con recursos materiales actuales.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

DIRECTOR DE PROGRAMA - EDITOR

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que asume la responsabilidad de un programa televisivo ideando y organizando su contenido y estructura, con el fin de establecer una comunicación con la audiencia en función del tiempo asignado, la periodicidad, la temática y el ámbito de emisión. Su misión alcanza desde la concepción de la idea, su plasmación en el guión y la supervisión del resultado final mediante la optimización de tiempos y costes.

Competencia clave

- Seleccionar y examinar contenidos para el programa asignando los temas, el tratamiento y el ritmo del programa.
- Dirigir y coordinar el programa, estableciendo el plan general de rodaje, grabación o emisión.
- Coordinar tanto las tareas del personal como las intervenciones de intérpretes, invitados y oyentes.
- Supervisar la producción, realización, grabación y montaje de los programas, y elaborar o adaptar guiones o textos

Aspectos que se valoran por las empresas

- Liderazgo y comunicación: capacidad para guiar y dirigir a los demás, fomentando la participación de los colaboradores y de los compañeros/as y consiguiendo la comunicación efectiva de los objetivos de la empresa, sin olvidar el trabajo en equipo que ello supone.
- Capacidad de organización y meticulosidad: entendida como la capacidad para estructurar el entorno, el equipo personal y material y el tiempo de forma productiva. En ese perfil laboral es muy importante la organización y el orden, unido a la meticulosidad, ya que se trata de un trabajo donde se medirán los resultados obtenidos.
- Dirección de personas: capacidad para mostrar un estilo de mando claro e informativo que es aceptado y comprendido por los subordinados. Es el responsable que tiene a su cargo una serie de profesionales, por lo que esta habilidad es imprescindible para este perfil.
- Polifuncionalidad: definida como la capacidad para desarrollar diferentes trabajos relacionados con la ocupación. Se valora que el director de programa-editor además de coordinar al equipo, pueda seleccionar documentos, elegir los contenidos para producir, dirigir la producción, etc.

DIRECTOR DE PROGRAMA - EDITOR

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Este perfil requiere una buena formación teórico-práctica ya que las responsabilidades son diferentes y de mucha importancia. Es fundamental que, además de la titulación requerida, se muestre una serie de habilidades para llevar a cabo el trabajo de forma correcta y efectiva: dirección de personal, se organizado, saber comunicar, trabajar en equipo, etc.

Muchas tareas de los directores de programa necesitan un gran conocimiento informático y una planificación con previsión.

Perfiles emergentes:

Cada vez se tiende más a la especialización de los perfiles, que supondría, siguiendo con la polifuncionalidad, una concreción en las competencias clave antes especificadas.

Algunos perfiles paralelos serían por ejemplo, el de editor/a o director de Informativos,

DIRECTOR DE PROGRAMA - EDITOR

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

-No existe formación específica de este perfil actualmente en Asturias.

Formación transversal:

- Idiomas, Informática, Marketing, Diseño Gráfico, Acústica.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe una escasa oferta laboral que muchas veces se cubre con profesionales formados fuera de Asturias.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una formación superior para el desarrollo de este perfil: Licenciatura en Periodismo o en Comunicación Audiovisual. O, en su defecto, sería conveniente el surgimiento de módulos formativos de grado superior concretos para el perfil de Director/a de Programa–Editor.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se prevé iniciar formación especializada para el desarrollo de editores y productores, hecho que cubriría la oferta que se ofrezca.

Con la aparición de la TPA y de nuevas productoras se puede producir un aumento de la oferta laboral en este perfil.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se hace necesaria una formación actual, real y completa, contando con la impartición por parte de formadores especializados y con experiencia.

Observaciones

La digitalización y la informatización de las herramientas y recursos materiales necesarios para el desarrollo de las competencias del director de programa, requiere unos buenos conocimientos por parte de los profesionales en estos campos.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

REDACTOR / A DE PRODUCCIÓN

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que, mediante un trabajo intelectual, realiza de un modo audiovisual la información en lo que se refiere a la preparación y redacción de la misma, siendo responsable de su valoración y de la orientación de sus contenidos, pudiendo asumir la dirección de un equipo técnico básico necesario para elaborar dicha información.

Competencia clave

- Obtener la información del trabajo a realizar.
- Aconsejar sobre el emplazamiento de la cámara, los micrófonos y los aparatos de iluminación.
- Asistir y colaborar en los procesos de edición.

Aspectos que se valoran por las empresas

- Capacidad de comunicación: deseo de informar y transmitir a los demás consiguiendo una comunicación efectiva y eficaz.
- Trabajo en equipo y colaboración: el redactor/a ha de desarrollar su trabajo junto con un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos fijados.
- Capacidad de organización y de detalle: el redactor/a ha de ser capaz de estructurar la información, el tiempo y la expresión de forma que tenga sentido, se entienda, sea correcto, real, ordenado y organizado.
- Conocimientos informáticos y de actualidad: manejo de programas de tratamiento de textos, de diseño, programas de gestión y mucha información sobre la actualidad y de cultura general.
- Polivalencia: definida como la capacidad para desarrollar diferentes trabajos relacionados con la producción. Esta competencia supone un conocimiento global del proceso de producción.

REDACTOR / A DE PRODUCCIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Actualmente la oferta laboral que surge se cubre con profesionales de fuera de Asturias por el déficit de formación en el Principado. Se prevé el surgimiento de formación reglada.

Perfiles emergentes:

El perfil de Redactor/a como tal se podría considerar emergente hoy en día en Asturias, ya que es una ocupación demandada y requerida por las productoras, con carencia de formación ocupacional y reglada.

REDACTOR / A DE PRODUCCIÓN

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

-No existe formación Ocupacional o Módulos Formativos actualmente en el Principado que impartan contenidos de Redactor/a.

Formación transversal:

-Idiomas, locución y dicción, informática, técnicas narrativas, informática.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

En la actualidad existe una escasa oferta laboral en el perfil de redactor/a. Muchas veces se recurre a profesionales polivalentes de la misma empresa que desarrollan estas tareas, aunque tengan una categoría profesional diferente.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se ha de intentar que se reconozca la cualificación de redactor/a como tal, especificando sus competencias claves y ofreciendo una formación teórico-práctica muy actual y creativa.

En estos momentos únicamente se ofrece alguna formación continua por demanda de empresas concretas.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Demanda latente existe por parte de productoras. A menudo han de recurrir a profesionales de fuera del Principado, pero si se inicia una oferta formativa para redactores, se podría ir profesionalizando cada vez más este perfil.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

La oferta formativa ha de dar respuesta a la demanda laboral que existe. En breve se espera que en temas de producción el CIFP de Comunicación, Imagen y Sonido de Langreo empiece sus primeros cursos.

Observaciones

La formación que se ofrezca ha de ser actual y con contenidos teórico-prácticos reales, creativos y que motiven al desarrollo de los nuevos profesionales. Sería muy productivo contar con profesionales con experiencia para aportar una visión pedagógica y específica.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

DISEÑADOR/A GRÁFICO EN PRODUCTORAS

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que, con experiencia de diseño, dibujo y rotulación y con conocimiento de las técnicas de animación, tiene bajo su competencia la creación de formas gráficas para la realización de programas en televisión, utilizando para ello los procedimientos y técnicas que en cada caso considere más adecuados.

Competencia clave

- Elaborar los bocetos necesarios hasta lograr la idea más idónea, creando nuevos tipos de letra estática o animada y logotipos.
- Realizar ilustraciones, dibujos y formas gráficas y carteles anunciadores.
- Elaborar el "Store borrado" por medio de dibujos y general las cartas de doblaje.
- Utilizar scanners, teleimpresores y otros accesorios para recabar imágenes para su trabajo.

Aspectos que se valoran por las empresas

- Autonomía: desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz, lo que implica destreza en su trabajo, precisión y toma de decisiones.
- Actualización de conocimientos, ya que ha de estar constantemente formado sobre nuevos programas y aplicaciones informáticas para llevar a cabo su trabajo de forma óptima y más eficiente.
- Capacidad de organización y de detalle: entendida como la capacidad para estructurar el espacio, el entorno y el tiempo de forma productiva. En este perfil de Diseñador Gráfico en Productoras es muy importante la organización y el orden, unido al trabajo en detalle y la minuciosidad, para dar resultado a lo que pide el cliente.

DISEÑADOR/A GRÁFICO EN PRODUCTORAS

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Los diseñadores/as gráficos necesitan una buena base teórico-práctica para poder desarrollar con eficacia su trabajo y ser consciente de la importancia de todos los detalles para la consecución de un buen resultado: colores, decoración, animación, etc.

Es un perfil que requiere buenos conocimientos sobre digitalización e informática, ya que cada vez más las herramientas a utilizar son con aplicaciones informáticas y recursos digitales.

Perfiles emergentes:

El perfil de diseñador/a gráfico, como tal, tenderá a una mayor especialización por lo que requiere una formación continua y de reciclaje.

DISEÑADOR/A GRÁFICO EN PRODUCTORAS

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

- Retoque digital y escaneado de imágenes; FO en CIFP Langreo.
- Imagen; FP Grado Superior en ARAMO.
- Imagen; FP Grado Superior en CIDISI
- Diseño Gráfico: Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias, en Avilés.

Formación transversal:

Informática, Dibujo y pintura, Animación.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Actualmente existe oferta laboral respecto el perfil de diseñador gráfico y, generalmente se cubre con la demanda de profesionales, aunque se insiste en una actualización de la formación (con contenidos reales y temarios basados en la actualidad del Diseño Gráfico).

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una cualificación superior en Imagen, aunque las empresas valoran que sería mejor una formación más actual y con herramientas y recursos materiales como los que se utilizan hoy en día en las empresas.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Cada vez se tiende más a la especialización de los Diseñadores/as Gráficos, lo cual demanda en los futuros profesionales las máximas asumidas y un reciclaje constante.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se recomienda una mayor interactividad entre empresas y centros de formación para aumentar el porcentaje de inserción laboral.

Observaciones

La formación transversal en este perfil es importante (sobre todo a nivel de dibujo y pintura) para una optimización en el desarrollo de su trabajo.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

OPERADOR DE CÁMARA CINE Y VÍDEO

OCUPACIÓN

Denominación

Realiza el proceso de captación y registro de imágenes utilizando cámaras de cine o vídeo, siguiendo las instrucciones del director/realizador y del director de fotografía/iluminador aplicando conocimientos técnicos y de lenguaje cinematográfico, coordinando a ayudantes y auxiliares de cámara y revisando la calidad técnica de las tomas. Puede trabajar con equipos ligeros de grabación siguiendo las indicaciones del periodista o equipo de producción, determinando y controlando de forma autónoma los criterios de calidad técnica y formal de las tomas de imagen y sonido, así como la iluminación.

Competencia clave

- Preparar el equipo y material de cámara de video o cine necesarios para la grabación/filmación.
- Coordinar y efectuar el montaje, desmontaje y puesta a punto del equipo y material de cámara.
- Efectuar la captación y registro de imagen en producciones audiovisuales.
- Operar de forma autónoma con equipos ligeros de grabación.
- Revisar la calidad técnica de las tomas y establecer indicaciones técnicas para su procesado.

Aspectos que se valoran por las empresas

- Trabajo en equipo: siempre respetando las normas de los técnicos responsables pero colaborando con los otros profesionales para llegar a un mismo fin y a la consecución de los objetivos comunes.
- Autonomía y polivalencia: entendiendo esta cualidad como el desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz y siempre con la capacidad para realizar diferentes trabajos relacionados con la ocupación: captar imágenes, registrarlas, realizar montaje, puesta a punto del equipo de cámaras, preparar el material, etc.

OPERADOR DE CÁMARA CINE Y VÍDEO

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

El índice de ocupación de este perfil es bastante amplio. Muchas veces son de tipo temporal, ya que se contratan según la duración de determinadas producciones: cortos, publicidad, series, programas, etc. Muchas veces las empresas recurren a gente ya conocida, porque existe cierto desconocimiento sobre la oferta formativa.

Perfiles emergentes:

Cada vez más se tiende a una especialización de todos los perfiles ocupacionales del sector audiovisual, y, entre ellos, el de operador/a de cámara. Existen diversas categorías para realizar, como cámara de vídeo, televisión y cine, técnico de grabación y filmación, técnico operador de equipos ligeros de grabación, técnico de control y análisis del material registrado,...

A menudo se requieren profesionales polivalentes que además de captar imágenes luego sepa efectuar el montaje, digitalizar las imágenes, etc...

OPERADOR DE CÁMARA CINE Y VÍDEO

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

Técnico de Imagen; FP Grado Medio en CIFP LANGREO.

Operadores de cámara: FP Grado Superior en CIFP LANGREO

Formación transversal:

Idiomas, electrónica, informática.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe oferta de operadores/as de cámara, sobre todo a nivel temporal y puntual, pero se requiere mayor cualificación y mayores conocimientos actuales sobre los procesos a desarrollar.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se quiere profesionalizar más el perfil de operador/a de cámara, lo que supondría mayor cualificación. La formación a veces resulta obsoleta porque los contenidos impartidos se han de ir actualizando y, lo más importante, se han de impartir por profesionales con experiencia y orientación pedagógica, para que sea lo más óptima posible.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se espera una variación de los contenidos formativos para poder cubrir con la máxima profesionalización la oferta futura. Con el surgimiento de la TPA y de diferentes productoras, se prevé un aumento de ofertas de operadores de cámara y, si también se incrementa la oferta formativa respecto este perfil, también aumentará la demanda de profesionales, más y mejor preparados.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Muchas veces las contrataciones son temporales y puntuales, según la producción a realizar (cortos, series, publicidad, programas, etc).

Observaciones

Se observa cierto desconocimiento, por parte de las empresas y productoras de la oferta formativa existente hasta el momento, Se sugiere una mayor publicidad e información para conseguir un alto porcentaje en inserción laboral en este perfil de operadores de cámara.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

TÉCNICO DE SONIDO EN PRODUCCIÓN

OCUPACIÓN

Denominación

Realiza los procesos de sonorización, registro, difusión, doblaje o postproducción del sonido en producciones radiofónicas, audiovisuales o musicales, espectáculos y actos sociales, con autonomía operativa, aunque recibe instrucciones y asesoramiento del encargado técnico acerca de la configuración, montaje y operación de los equipos.

Competencia clave

- Realizar la captación, tratamiento y registro de sonido en radiodifusión.
- Realizar la captación, tratamiento, registro y/o difusión de sonido en producciones audiovisuales.
- Realizar y/o coordinar la sonorización de espectáculos, producciones musicales y actos públicos.
- Realizar la grabación de producciones discográficas.
- Realizar los procesos de doblaje y postproducción discográfica y audiovisual.

Aspectos que ser valoran por las empresas

- Autonomía en el manejo del control de sonido para desarrollar bien su trabajo respondiendo con independencia, responsabilidad y eficacia.
- Trabajo en equipo y cooperación para realizar sus competencias siempre en coordinación con otros técnicos de producción.
- Conocimientos específicos en AVID u otras aplicaciones informáticas siempre dando respuesta de manera óptima a sus tareas para realizar un buen trabajo de sonido, e intentando dar continuidad a su formación para que sea actual y reciclada permanentemente.

TÉCNICO DE SONIDO EN PRODUCCIÓN

MERCADO

4. Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Los técnicos/as de sonido pueden acceder a diferentes salidas con ocupaciones en discografías, producciones de cine, espectáculos musicales, etc. Actualmente hay bastantes ofertas laborales sobre todo para puestos de trabajo puntuales y temporales: elecciones, eventos sociales, fiestas, rodajes, etc...

Específicamente en producción, se realizan contratos temporales según los trabajos emergentes que se produzcan.

Perfiles emergentes:

Técnico de sonido o sonidista es un perfil bastante demandado que cada vez más requiere de más especialización y más conocimientos informáticos y digitales (grabación y edición de sonido sobre soportes digitales, registro, etc..).

TÉCNICO DE SONIDO EN PRODUCCIÓN

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

FP Grado Superior en Sonido (se implantará en septiembre en CIFP Langreo).

FP Grado Superior en Sonido: CIDISI

Técnico de Sonido en FO: CIFP Langreo

Música para técnicos de sonido: Formación Continua en CIFP Langreo

Formación transversal:

Idiomas, Informática, Técnicas de Microfonía,...

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Cada vez hay más oferta formativa tanto de Formación Ocupacional, como Reglada como Continua y eso permite que se cubra la oferta laboral actual, aunque se detecta que los conocimientos son algo obsoletos.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una cualificación superior para desarrollar el trabajo de Técnico de Sonido y algunas empresas consideran que hay formación que debería actualizarse y basarse en herramientas, aplicaciones y recursos que hoy día se utilizan.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se prevé un crecimiento de las productoras gracias a la demanda laboral que pueda ofrecer la TPA u otras televisiones Locales y eso ofrecería más puestos de trabajo.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se buscan profesionales con una buena base de conocimientos teórico-prácticos, para trabajar en equipo y con creatividad. Si la oferta formativa crece, también lo hará la competitividad y se necesitará una buena continuidad y actualización a nivel de formación.

Observaciones

Cada vez se buscan profesionales más orientados al desarrollo de sus tareas de manera digital e informatizada.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

EDITOR / A DE CINE Y VÍDEO

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que, mediante un trabajo intelectual, realiza de un modo audiovisual la información en lo que se refiere a la preparación y edición de la misma. Su participación se vincula estrechamente con la producción de espacios informativos.

Competencia clave

-Dirigir el informativo, programa, corto o serie, valorando las noticias, acontecimientos o escenas según importancia, actualidad u orden.

-Elaborar un guión y componer el minutado, estableciendo el contenido, orden, origen y duración de las informaciones.

-Planificar, organizar y controlar las actividades del informativo o documental.

-Aunar criterios con realización, intercambiando ideas y revisando el montaje de las diferentes escenas/noticias.

-Coordinar los distintos centros regionales y corresponsales, realizando el seguimiento de la información de otros medios.

Presentar y conducir el programa/documental/película.

Aspectos que se valoran por las empresas

-Polivalencia y colaboración: ya que el editor ha de estar en constante cooperación con otros profesionales y, en todo momento, se valora que esté predispuesto a ayudar e interactuar con compañeros/as.

Autonomía: entendida como el desarrollo de sus funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz.

-Planificación y control: capacidad e interés por estructurar el tiempo de forma sistemática y productiva, implicando, además, una pauta preactiva de anticipación. Incluye una continua comprobación y control del trabajo, junto con la resolución de problemas y asunción de responsabilidades.

EDITOR / A DE CINE Y VÍDEO

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

El perfil profesional requerido por las productoras resalta: la posible experiencia de los profesionales a desarrollar las responsabilidades del Editor de Cine y Vídeo, la polivalencia y la actualización de sus conocimientos teórico-prácticos. El surgimiento de nuevas productoras y de la TPA podría causar la especialización, cada vez más, de los editores/as, con buenos conocimientos de informática y aplicaciones óptimas para el desarrollo de su trabajo.

Perfiles emergentes:

Respecto a la evolución futura de la ocupación, la previsión de cualificación y de mayor oferta del perfil de editor/a, confirman un mantenimiento en los próximos años o, incluso, un incremento.

EDITOR / A DE CINE Y VÍDEO

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

Escasa oferta formativa de este perfil. Necesidad de crear más y de calidad.

Formación transversal:

Idiomas, informática, gestión de grupos, programas de auto-edición, dicción.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe oferta laboral, pero hay desconocimiento a veces de la demanda. A menudo se recurre a profesionales de fuera del Principado de Asturias, ya que aquí existe poca formación oportuna y actualizada para el desarrollo de estas responsabilidades.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una formación universitaria (licenciatura en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Telecomunicaciones inexistente en Asturias) o módulos formativos de grado superior específicos de Edición.

Actualmente la formación que se ofrece es continua, concreta para determinadas empresas o trabajadores/as que lo solicitan, y muchas veces se realiza fuera de la Comunidad.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se prevé un surgimiento de formación reglada (CIFP de Langreo) que daría respuesta a la oferta de este perfil, que se presupone que irá en incremento tras la aparición de la TPA y de diferentes productoras.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se necesita una mayor oferta formativa con contenidos actualizados y con profesorado con experiencia.

Observaciones

Sería muy positiva la interacción entre centros formativos y empresas productoras para conseguir un mayor porcentaje de inserción laboral tras acabar los estudios pertinentes.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

EDITOR / A - MONTADOR / A DE VÍDEO

OCUPACIÓN

Denominación

Profesional que edita o monta imágenes con determinado ritmo y continuidad basándose en la expresividad de elementos conceptuales, formales y visuales, utilizando diferentes soportes y atendiendo a las indicaciones del director o realizador, pudiendo aportar criterios propios. Ajusta, opera y puede configurar los equipos técnicos de edición.

Competencia clave

- Decectar las necesidades técnicas y humanas y configurar el sistema de montaje o edición.
- Seleccionar o premontar las tomas de imagen y sonido, según el guión y las partes decámara.
- Editar o montar las tomas de imagen y sonido de forma integrada.

Valoración por las empresas

-Trabajo en equipo y cooperación: el editor-montador de vídeo realiza habitualmente su trabajo dentro de un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos marcados. Como su responsabilidad se sitúa mayoritariamente en post-producción, es importante que conozca el trabajo de los cámaras, el realizador, etc... y esté en constante comunicación para poder hacer un montaje óptimo y cubrir así la finalidad del trabajo.

-Conocimientos de informática y aplicaciones siempre con determinados programas de montaje y edición.

-Actualización profesional: interés por poner en práctica y ampliar los conocimientos técnicos y teóricos asociados a esta profesión. Es fundamental que los editores-montadores se mantengan actualizados en las nuevas técnicas y sistemas de trabajo como son, por ejemplo, programas de auto-edición, animación en montajes, etc.

-Capacidad de organización, meticulosidad y autonomía: entendida como la capacidad para estructurar el trabajo, el tiempo, el orden, el acabado,... y todo ello con un desarrollo de sus responsabilidades de manera independiente y eficaz.

EDITOR / A - MONTADOR / A DE VÍDEO

MERCADO

Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

A menudo es un tipo de labor autónoma o temporal, ya que los editores-montadores son contratados puntualmente para realizar trabajos esporádicos. Actualmente existe cierto desconocimiento de la oferta formativa en Asturias, así que la autocandidatura es un buen método de búsqueda de empleo para este perfil.

Se observa un incremento en la informatización de las tareas del editor-montador de vídeo, lo que requiere una mayor profesionalización y con buenos conocimientos informáticos.

Perfiles emergentes:

Este perfil ha de ir formándose continuamente ya que se modifica su profesionalización tendiendo a que realice únicamente la función de post-producción de seleccionar y montar las tomas de imagen y sonido y editarlas, siempre en contacto con otros compañeros/as (técnicos de sonido, realización,...) pero centrándose en sus competencias clave.

Es fundamental que tenga conocimientos actuales de programas informáticos determinados de montaje y edición y de digitalización de imágenes (que cada vez tenderán más a la edición en Alta Definición)

EDITOR / A - MONTADOR / A DE VÍDEO

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

Retoque digital y escaneado de imágenes; FO en CIFP Langreo

Imagen: FP Grado Superior en ARAMO.

Imagen: FP Grado Superior en CIDISI

Formación transversal:

Idiomas, Informática, Digitalización de Imágenes.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe cierta oferta laboral que se va cubriendo a menudo con contratos temporales y muchas veces con profesionales formados fuera de Asturias.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Cada vez se demanda una cualificación más explícita y concreta del editor-montador de vídeo y la formación ofrecida se observa que es algo obsoleta.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Sería muy positivo que, en el momento que se incremente la oferta formativa en Asturias sobre el perfil de Editor-Montador, se realice también una mayor información a las empresas productoras para que tengan un acceso más rápido y eficaz a una bolsa de trabajo para la futura contratación de profesionales.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se requiere una mayor información entre centros de formación y empresas productoras para lograr un alto porcentaje de inserción laboral.

Observaciones

Una actualización de contenidos formativos y una mayor especialización de los formadores podría ayudar a una máxima profesionalización de los editores-montadores (actualmente se basan en el BOE de 1996).

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

Subsector televisiones locales

PRODUCTOR / A DE TELEVISIÓN	OCUPACIÓN
Denominación	
Es el profesional que, con amplios conocimientos del arte y de las técnicas de producción, posibilita el desarrollo de obras audiovisuales de televisión o vídeo, mediante la planificación, organización y gestión de los medios económicos, técnicos, artísticos y humanos de la producción, con el fin de optimizar el tiempo y coste de la misma	
Competencia clave	
-Establecer los métodos operativos para el funcionamiento coordinado de la producción general. -Diseñar el equipo básico de producción. -Preparar el plan general de trabajo, así como el plan diario de rodaje o grabación con el Realizador y la Dirección. -Establecer la infraestructura técnica y humana necesaria y negociar las condiciones de contratación técnica, artística y humana. -Solicitar y negociar los permisos para formalizar la autorización de rodaje en los lugares elegidos, organizando y coordinando los desplazamientos del equipo. -Ejercer el control presupuestario. -Localizar posibles patrocinadores y formas de financiación de las películas y participar en la elaboración de campañas publicitarias. -Elaborar el package.	
Valoración por las empresas	
-Conocimientos en Alta Definición (HQ): cada vez más se tiende a la producción en Alta Definición para mejorar el visionado y la emisión. -Capacidad de realizar difusión de contenidos multimedia vía web: se trabaja más mediante Internet y muchas funciones están informatizadas. -Liderazgo y comunicación: capacidad para guiar a los demás fomentando la participación de los compañeros/as y consiguiendo la comunicación efectiva de los objetivos de la empresa. -Capacidad de organización: entendida como la capacidad para estructurar el espacio, el entorno, el tiempo y el equipo personal de forma productiva. Ha de tener orientación para gestionar personas. -Trabajo en equipo y colaboración: el productor/a realiza su trabajo dentro de un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos marcados. -Habilidades sociales y orientación al cliente: se ha de preocupar por satisfacer las demandas del cliente en toda su amplitud, por eso es importante que posea fluidez verbal, asertividad, capacidad de análisis y sociabilidad. -Conocimientos sobre presupuestos para presentar a los clientes e ir ejerciendo el control durante la duración del proyecto que se lleve a cabo.	

PRODUCTOR / A DE TELEVISIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Cada vez se tiende más a la informatización de este perfil, lo cual hace necesarios unos buenos conocimientos en informática. Poco a poco, se prevé un aumento de la ocupación del productor de televisión para ir cubriendo horas de emisión y se requiere gente con mucha creatividad, iniciativa e interés por desarrollar óptimamente su trabajo.

Perfiles emergentes:

Requiere una formación continua para optimizar el desarrollo de las funciones del productor/a.

PRODUCTOR / A DE TELEVISIÓN

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

- En CIFP Langreo se impartirá a partir del 2008: FP Grado Superior
- Actualmente es muy escasa la oferta formativa y falta conocimiento de ella.

Formación transversal:

- Inglés, marketing, informática, atención al cliente, realización de presupuestos.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual

Muchas veces la demanda se cubre con profesionales de fuera de Asturias. La oferta es escasa, aunque con el surgimiento de la TPA y con el aumento de horas de emisión de las otras televisiones locales, se espera una mayor oferta laboral de productores para la realización de cortos, series, programas, documentales, etc... propios de la comunidad autónoma.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida

Existe falta de conocimiento claro de la oferta formativa. Se requiere una formación reglada para este perfil de productor y actualmente es muy escasa. La que se ofrece habría que mejorarla y actualizar los contenidos a impartir, contando con profesionales con experiencia.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura

En un futuro se espera una mayor oferta laboral si se incrementa la producción de televisiones (como la TPA), cinematográficas o empresas de comunicación que lo requieran. Se requerirá, cada vez más, un nivel de emisión en Alta Definición.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Los productores han de ser conocedores de los diferentes perfiles que trabajan en la televisión para poder realizar un trabajo óptimo y poder gestionar más eficazmente a los profesionales.

Observaciones

Se requiere un nivel de formación continua alto para actualizar conocimientos e ir aprendiendo nuevas técnicas y habilidades para el óptimo desarrollo de las competencias del productor/a.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

JEFE / A DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que se encarga de coordinar el proyecto y de planificar sus tareas. En concreto, asume el papel de intermediario entre el Director de programa y el staff de la productora.

Competencia clave

- Planificar y gestionar diariamente el aspecto económico de la producción.
- Elaborar un presupuesto a partir de las necesidades de cada departamento.
- Gestionar los aspectos logísticos de la producción.
- Apoyar en las tareas de dirección durante todo el proceso de producción (dirección escénica, filmación, edición, montaje,...).

Aspectos que se valoran por las empresas

- Dirección de personas: capacidad para mostrar un estilo de mando claro e informativo que es aceptado y comprendido por los subordinados/as. El director/a tiene a su cargo una serie de profesionales, por lo que esta habilidad es imprescindible para este perfil.
- Conocimientos en Alta Definición (HQ): cada vez más se tiende a la producción en Alta Definición para mejorar el visionado y la emisión.
- Liderazgo y comunicación: capacidad para guiar a los demás fomentando la participación de los compañeros/as y consiguiendo la comunicación efectiva de los objetivos de la empresa.
- Trabajo en equipo y colaboración: el productor/a realiza su trabajo dentro de un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos marcados.
- Habilidades sociales y orientación al cliente: se ha de preocupar por satisfacer las demandas del cliente en toda su amplitud, por eso es importante que posea fluidez verbal, asertividad, capacidad de análisis y sociabilidad.
- Conocimientos sobre presupuestos para presentar a los clientes e ir ejerciendo el control durante la duración del proyecto que se lleve a cabo.
- Planificación y control: capacidad e interés por estructurar el tiempo de forma sistemática y productiva, implicando, además, una pauta proactiva de anticipación. Incluye una continua comprobación y control del trabajo, junto con la resolución de problemas y asunción de responsabilidades.

JEFE / A DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

Cada vez se tiende más a la informatización de este perfil, lo cual hace necesarios unos buenos conocimientos en informática.

Poco a poco, el surgimiento de la TPA ofrecerá más posibilidades a productores para ir cubriendo horas de emisión y se requiere gente con mucha creatividad, iniciativa e interés por desarrollar óptimamente su trabajo.

Perfiles emergentes:

Requiere una formación continua para optimizar el desarrollo de las funciones del productor/a.

JEFE / A DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

-Necesidad de Formación.

-En CIFP Langreo se impartirá a partir del 2008: FP Grado Superior

Formación transversal:

-Electricidad, Electrónica, Marketing, Idiomas, Fotografía, Imagen y Sonido, Interpretación, Informática

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Muchas veces la demanda se cubre con profesionales de fuera de Asturias. La oferta es escasa, aunque con el surgimiento de la TPA y de la existencia de diferentes televisiones locales se espera una mayor oferta laboral de productores para la realización de producciones locales: cortos, series, programas, etc...

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una formación reglada para este perfil de productor de televisión y actualmente es escasa. La que se ofrece habría que mejorarla y actualizar los contenidos a impartir, contando con profesionales con experiencia.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

En un futuro se espera una mayor oferta laboral si se incrementa la producción de las televisiones locales (como la TPA, Canal 10, etc.). Se requerirá, cada vez más, un nivel de emisión en Alta Definición.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Muchas veces los productores trabajan de forma autónoma y, si el trabajo lo requiere, contratan temporalmente a más personal como operadores de cámara, editores-montadores, sonidistas, etc.

Observaciones

Se requiere un nivel de formación continua alto para actualizar conocimientos e ir aprendiendo nuevas técnicas y habilidades para el óptimo desarrollo de las competencias del productor/a.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

DIRECTOR / A DE PROGRAMA

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que asume la responsabilidad de un programa televisivo ideando y organizando su contenido y estructura, con el fin de establecer una comunicación con la audiencia en función del tiempo asignado, la periodicidad, la temática y el ámbito de emisión. Su misión alcanza desde la concepción de la idea, su plasmación en el guión y la supervisión del resultado final mediante la optimización de tiempos y costes.

Competencia clave

- Concebir ideas o temas para el programa, estableciendo y supervisando los costes generales del mismo.
- Seleccionar y examinar los contenidos para el programa: asignar los temas, el tratamiento y el ritmo del programa.
- Establecer el plan general de rodaje, grabación o emisión.
- Dirigir y coordinar el programa.
- Coordinar las tareas del personal asignado al programa.
- Coordinar y supervisar las intervenciones de intérpretes, invitados y oyentes para conseguir coherencia con los contenidos.
- Supervisar la producción, realización, grabación y montaje de los programas.
- Elaborar o adaptar guiones o textos, seleccionar documentos audiovisuales y escoger escenarios.
- En ocasiones, presentar y conducir el espacio así como moderar debates.

Valoración por las empresas

- Dirección de personas: capacidad para mostrar un estilo de mando claro e informativo que es aceptado y comprendido por los subordinados/as. El director/a tiene a su cargo una serie de profesionales, por lo que esta habilidad es imprescindible para este perfil.
- Planificación y control: capacidad e interés por estructurar el tiempo de forma sistemática y productiva, implicando, además, una pauta proactiva de anticipación. Incluye una continua comprobación y control del trabajo, junto con la resolución de problemas y asunción de responsabilidades.
- Liderazgo y comunicación: Deseo de guiar a los demás fomentando la participación de los colaboradores y consiguiendo la comunicación efectiva de los objetivos de la empresa.
- Habilidades sociales y capacidad de organización: Es muy importante la fluidez verbal, la asertividad y la capacidad de análisis. Al mismo tiempo, ha de saber estructurar el espacio, el entorno, el tiempo, y los recursos personales de forma productiva, respondiendo con organización, minuciosidad y eficacia óptimas.

DIRECTOR / A DE PROGRAMA

MERCADO

Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

Este perfil requiere habilidades de liderazgo, planificación, organización de trabajo y de personal, comunicación, habilidades sociales, etc. Pero también se necesita un alto nivel de conocimientos técnicos e interés por actualizarse profesionalmente, ya que constantemente surgen nuevas técnicas de emisión, mayor informatización en las grabaciones, nuevas formas de presentación, supervisión y realización de la producción televisiva, etc.

Perfiles emergentes:

Es necesario crear un perfil especializado que abarque únicamente sus funciones y responsabilidades, ya que, actualmente es una ocupación polivalente en exceso y ya, de por sí, tiene muchas competencias y muy variadas.

DIRECTOR / A DE PROGRAMA

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

-Muchas personas se forman actualmente en periodismo o en la licenciatura de audiovisuales fuera del Principado de Asturias, ya que en esta comunidad no se imparten.

Formación transversal:

- Idiomas, escenografía, acústica y sonido, iluminación, marketing, habilidades sociales, organización de equipos, fotografía, comunicación,...

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Actualmente no existe oferta laboral explícita. Muchas veces, si la hay, se cubre con licenciados en Comunicación Audiovisual o Periodismos formados fuera del Principado de Asturias.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se precisan cualificaciones superiores (licenciaturas) para ejercer de Director/a de Programa o módulos formativos específicos para el desarrollo de sus funciones que, en la actualidad, no se imparten.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Los perfiles profesionales del sector audiovisual tenderán a especializarse cada vez más y eso demandará profesionales más competentes y con más conocimientos técnicos y prácticos para el buen desarrollo de sus competencias.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se necesitan altos conocimientos de informática, de gestión de grupos y de todos los perfiles profesionales que ha de dirigir: sonidistas, iluminadores, redactores, etc.

Observaciones

La digitalización y la informatización de las herramientas necesarias para desarrollar el trabajo del director/a de programa son elementos fundamentales que requieren una buena formación en ellas.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

DISEÑADOR / A GRÁFICO PARA TELEVISIÓN

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que, con experiencia de diseño, dibujo y rotulación y con conocimiento de las técnicas de animación, tiene bajo su competencia la creación de formas gráficas para la realización de programas en televisión, utilizando para ello los procedimientos y técnicas que en cada caso considere más adecuados.

Competencia clave

- Elaborar los bocetos necesarios hasta lograr la idea más idónea.
- Confeccionar cabeceras de presentación estáticas o animadas y crear nuevos tipos de letra (estáticas o animadas).
- Diseñar logotipos y realizar ilustraciones, dibujos y formas gráficas y confeccionar carteles anunciadores.
- Elaborar el "Store Board" por medio de dibujos.
- Utilizar scanners, teleimpresores y otros accesorios para recabar imágenes para su trabajo.

Valoración por las empresas

-Autonomía: desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz, lo que implica destreza en su trabajo, precisión y toma de decisiones.

-Actualización de conocimientos, ya que ha de estar constantemente formado sobre nuevos programas y aplicaciones informáticas para llevar a cabo su trabajo de forma óptima y más eficiente.

Capacidad de organización y de detalle: entendida como la capacidad para estructurar el espacio, el entorno y el tiempo de forma productiva. En este perfil de Diseñador Gráfico en Productoras es muy importante la organización y el orden, unido al trabajo en detalle y la minuciosidad, para dar resultado a lo que pide el cliente.

DISEÑADOR / A GRÁFICO PARA TELEVISIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

Los diseñadores/as gráficos necesitan una buena base teórico-práctica para poder desarrollar con eficacia su trabajo y ser consciente de la importancia de todos los detalles para la consecución de un buen resultado: colores, decoración, animación, etc.

Es un perfil que requiere buenos conocimientos sobre digitalización e informática, ya que cada vez más las herramientas a utilizar son con aplicaciones informáticas y recursos digitales.

Perfiles emergentes:

El perfil de diseñador/a gráfico, como tal, tenderá a una mayor especialización por lo que requiere una formación continua y de reciclaje.

DISEÑADOR / A GRÁFICO PARA TELEVISIÓN

FORMACIÓN

Formación

4Reglada, ocupacional, continua:

- Retoque digital y escaneado de imágenes: FO en CIFP Langreo.
- Imagen: FP Grado Superior en ARAMO.
- Imagen: FP Grado Superior en CIDISI.
- Diseño Gráfico: Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias, en Avilés.

Formación transversal:

- Dibujo y pintura, Historia del Arte, Informática, Idiomas, Animación.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Actualmente existe oferta laboral respecto el perfil de diseñador/a gráfico y, generalmente se cubre con la demanda de profesionales, aunque se insiste en una actualización de la formación (con contenidos reales y temarios basados en la actualidad del Diseño Gráfico).

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una cualificación superior en Imagen, aunque las empresas valoran que sería mejor una formación más actual y con herramientas y recursos materiales como los que se utilizan hoy en día en las empresas.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Cada vez se tiende más a la especialización de los Diseñadores/as Gráficos, lo cual demanda en los futuros profesionales las máximas asumidas y un reciclaje constante. Se menciona como un perfil de difícil cobertura, lo cual demanda una futura capacitación más real, profesional y con más competencias.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se recomienda una mayor interactividad entre empresas y centros de formación para aumentar el porcentaje de inserción laboral.

Observaciones

La formación transversal en este perfil es importante (sobre todo a nivel de dibujo y pintura) para una optimización en el desarrollo de su trabajo.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

REDACTOR / A DE TELEVISIÓN

OCUPACIÓN

1. Denominación

Es el profesional que, mediante un trabajo intelectual, realiza de un modo audiovisual la información en lo que se refiere a la preparación y redacción de la misma, siendo responsable de su valoración y de la orientación de sus contenidos, pudiendo asumir la dirección de un equipo técnico básico necesario para elaborar dicha información

2. Competencia clave

- Obtener la información del trabajo a realizar.
- Aconsejar sobre el emplazamiento de la cámara, los micrófonos y los aparatos de iluminación.
- Asistir y colaborar en los procesos de edición.

3. Valoración por las empresas

- Polivalencia: definida como la capacidad para desarrollar diferentes trabajos relacionados con la producción en televisión. Esta competencia supone un conocimiento global del proceso a desarrollar.
- Capacidad de comunicación: deseo de informar y transmitir a los demás consiguiendo una comunicación efectiva y eficaz.
- Trabajo en equipo y colaboración: el redactor/a ha de desarrollar su trabajo junto con un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos fijados.
- Capacidad de organización y de detalle: el redactor/a ha de ser capaz de estructurar la información, el tiempo y la expresión de forma que tenga sentido, se entienda, sea correcto, real, ordenado y organizado.
- Conocimientos informáticos y de actualidad: manejo de programas de tratamiento de textos, de diseño, programas de gestión y mucha información sobre la actualidad y de cultura general.

REDACTOR / A DE TELEVISIÓN

MERCADO

4. Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

Actualmente la oferta laboral que surge se cubre con profesionales de fuera de Asturias por el déficit de formación en el Principado. Se prevé el surgimiento de formación reglada.

Perfiles emergentes:

El Perfil de Redactor/a como tal se podría considerar emergente hoy en día en Asturias.

REDACTOR / A DE TELEVISIÓN

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

No existe formación Ocupacional o Módulos Formativos actualmente en el Principado que impartan contenidos de Redactor/a.

Formación transversal:

Idiomas, Sistemas informáticos gráficos, Dicción, locución y tono, Informática, interpretación.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Necesidad Formativa. Es una profesión que se contrata y nadie asegura que se forme en Asturias. En la actualidad existe una escasa oferta laboral en el perfil de redactor/a. Muchas veces se recurre a profesionales polivalentes de la misma empresa que desarrollan estas tareas, aunque tengan una categoría profesional diferente.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se ha de intentar que se reconozca la cualificación de redactor/a como tal, especificando sus competencias claves y ofreciendo una formación teórico-práctica muy actual y creativa. En estos momentos únicamente se ofrece alguna formación continua por demanda de empresas concretas.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Demanda explícita existente por parte de las televisiones. A menudo han de recurrir a profesionales de fuera del Principado, pero si se inicia una oferta formativa para redactores, se podría ir profesionalizando cada vez más este perfil.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

La oferta formativa ha de dar respuesta a la demanda laboral que existe. En breve se espera que en temas de producción el CIFP de Comunicación, Imagen y Sonido de Langreo empiece sus primeros cursos.

Observaciones

La formación que se ofrezca ha de ser actual y con contenidos teórico-prácticos reales, creativos y que motiven al desarrollo de los nuevos profesionales. Sería muy productivo contar con profesionales con experiencia para aportar una visión pedagógica y específica.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

REALIZADOR / A

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que planifica y dirige todas las facetas teórico-artísticas teniendo a su cargo la realización de todo tipo de filmaciones en sus fases de preparación, producción y postproducción. Además, desglosa el guión, localiza escenarios, confecciona el plan de trabajo, asiste a los ensayos y apoya en la puesta en escena.

Competencia clave

- Elaborar el guión técnico a partir del guión literario.
- Desglosar el guión para solicitar a producción los medios técnicos y humanos.
- Colaborar con el director del programa y productor en la elaboración del plan de trabajo.
- Localizar escenarios, supervisar proyectos y dirigir el rodaje o grabación.
- Elegir la documentación audiovisual mediante el visionado de imágenes preseleccionadas.
- Dirigir el montaje y postproducción, de acuerdo al guión de rodaje, para ordenar los planos y darle cohesión.
- Dirigir la locución y sonorización para incorporar textos y ambientación sonora y musical.
- Visionar el producto final para supervisar la calidad técnica y artística con el director.

Valoración por las empresas

- Capacidad de realizar difusión de contenidos multimedia vía web: se trabaja más mediante internet y muchas funciones están informatizadas.
- Comunicación: capacidad para informar y guiar a los demás consiguiendo la comunicación efectiva de lo que quiere transmitir.
- Capacidad de organización: entendida como la capacidad para estructurar el espacio, el entorno y el tiempo de forma productiva. Ha de tener orientación para gestionar y supervisar proyectos y rodajes.
- Trabajo en equipo y colaboración: el realizador/a realiza su trabajo dentro de un grupo de profesionales que interactúan para alcanzar los objetivos marcados.
- Altos conocimientos en producción para poder dirigir la locución, sonorización, montaje, postproducción, guión, etc... Ha de conocer bien todos los perfiles de profesionales que trabajan en la televisión para organizar el trabajo y ser resolutivo y eficaz en sus objetivos.

REALIZADOR / A

MERCADO

4. Mercado de trabajo**Tendencias de la ocupación:**

Cada vez se tiende más a la informatización de este perfil, lo cual hace necesarios unos buenos conocimientos en informática.

Poco a poco, con la necesidad de cubrir más horas de emisión de las televisiones locales, se necesitarán realizadores/as para ir cubriendo parrilla y se requiere gente con mucha creatividad, iniciativa e interés por desarrollar óptimamente su trabajo.

Perfiles emergentes:

Requiere una formación continua para optimizar el desarrollo de las funciones del realizador/a y ser cada vez más especializado en sus competencias. Es un perfil muy demandado y emergente como categoría profesional.

REALIZADOR / A

FORMACIÓN

5. Formación

Reglada, ocupacional, continua:

-En CIFP Langreo a partir de septiembre de 2007: FP Grado Superior

Formación transversal:

-Idiomas, Acústica y sonido, Interpretación, Fotografía

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual

Muchas veces la posible demanda se cubre con profesionales de fuera de Asturias. La oferta es escasa, aunque con las diferentes televisiones locales se espera una mayor oferta laboral de realizadores para las producciones locales: cortos, series, programas, etc...

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida

Se requiere una formación reglada para este perfil de realizador/a y actualmente es escasa o nula. Hay una gran necesidad. La que se ofrece habría que mejorarla y actualizar los contenidos a impartir, contando con profesionales con experiencia.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura

En un futuro se espera una mayor oferta laboral si se incrementa la producción de televisiones. Se requerirá, cada vez más, un nivel de emisión en Alta Definición, con altos conocimientos en informática, gestión de la comunicación...

Más formación podría incrementar la demanda de realizadores, que ahora mismo se cubre con profesionales polivalentes (de otras categorías).

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se necesitan altos conocimientos de todos los perfiles profesionales que trabajan en la producción de las televisiones locales: imagen, sonido, productores, redactores, etc...

Observaciones

Se requiere un nivel de formación continua alto para actualizar conocimientos e ir aprendiendo nuevas técnicas y habilidades para el óptimo desarrollo de las competencias del realizador/a.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

OPERADOR / A DE CÁMARA EN TELEVISIÓN

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que realiza el proceso de captación y registro de imágenes utilizando cámaras de cine o vídeo, siguiendo las instrucciones del director/realizador y del director de fotografía/iluminador aplicando conocimientos técnicos y de lenguaje cinematográfico, coordinando a ayudantes y auxiliares de cámara y revisando la calidad técnica de las tomas. Puede trabajar con equipos ligeros de grabación siguiendo las indicaciones del periodista o equipo de producción, determinando y controlando de forma autónoma los criterios de calidad técnica y formal de las tomas de imagen y sonido, así como la iluminación.

Competencia clave

- Preparar el equipo y material de cámara de video o cine necesarios para la grabación/filmación.
- Coordinar y efectuar el montaje, desmontaje y puesta a punto del equipo y material de cámara.
- Efectuar la captación y registro de imagen en producciones audiovisuales.
- Operar de forma autónoma con equipos ligeros de grabación.
- Revisar la calidad técnica de las tomas y establecer indicaciones técnicas para su procesado.

Valoración por las empresas

-Trabajo en equipo: siempre respetando las normas de los técnicos responsables pero colaborando con los otros profesionales para llegar a un mismo fin y a la consecución de los objetivos comunes.

-Autonomía y polivalencia: entendiendo esta cualidad como el desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz y siempre con la capacidad para realizar diferentes trabajos relacionados con la ocupación: captar imágenes, registrarlas, realizar montaje, puesta a punto del equipo de cámaras, preparar el material, etc.

OPERADOR / A DE CÁMARA EN TELEVISIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

El índice de ocupación de este perfil es bastante amplio. Muchas veces son de tipo temporal, ya que se contratan según la duración de determinadas producciones: cortos, publicidad, series, programas, etc. Muchas veces las empresas recurren a gente ya conocida, porque existe cierto desconocimiento sobre la oferta formativa.

Perfiles emergentes:

Cada vez más se tiende a una especialización de todos los perfiles ocupacionales del sector audiovisual, y, entre ellos, el de operador/a de cámara.

A menudo se requieren profesionales polivalentes que además de captar imágenes luego sepa efectuar el montaje, digitalizar las imágenes, etc...

OPERADOR / A DE CÁMARA EN TELEVISIÓN

FORMACIÓN

Formación

Reglada, ocupacional, continua:

- Técnico de Imagen; FP Grado Medio en CIFP LANGREO.
- Operadores de cámara y fotógrafos: FP Grado Superior en CIFP LANGREO

Formación transversal:

- Idiomas, electrónica, informática.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe oferta de operadores/as de cámara, sobre todo a nivel temporal y puntual, pero se requiere mayor cualificación y mayores conocimientos actuales sobre los procesos a desarrollar.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se quiere profesionalizar más el perfil de operador/a de cámara, lo que supondría mayor cualificación. La formación a veces resulta obsoleta porque los contenidos impartidos se han de ir actualizando y, lo más importante, se han de impartir por profesionales con experiencia y orientación pedagógica, para que sea lo más óptima posible.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se espera una variación de los contenidos formativos para poder cubrir con la máxima profesionalización la oferta futura. Con el surgimiento de la TPA y la existencia de casi una decena de televisiones locales, se prevé un aumento de ofertas de operadores de cámara y, si también se incrementa la oferta formativa respecto este perfil, también aumentará la demanda de profesionales, más y mejor preparados.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Muchas veces las contrataciones son temporales y puntuales, según la producción a realizar (cortos, series, publicidad, programas, etc).

Observaciones

Se observa cierto desconocimiento, por parte de las empresas y productoras de la oferta formativa existente hasta el momento, Se sugiere una mayor publicidad e información para conseguir un alto porcentaje en inserción laboral en este perfil de operadores de cámara.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

OPERADOR / A – REPORTERO / A DE CÁMARA Y VÍDEO

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que, con amplios conocimientos de cualquier tipo de cámara cinematográfica, efectúa planos y encuadres mediante cualquier medio mecánico. Por lo tanto, es responsable de todas las facetas del uso de la cámara, especialmente la ejecución de los movimientos de cámara decididos por el director y el director de fotografía.

Competencia clave

- Regular el objetivo, el obturador y otros dispositivos del aparato.
- Realizar el proceso de captación y registro de imágenes utilizando cámaras de cine o vídeo, aplicando conocimientos técnicos y de lenguaje cinematográfico.
- Realizar movimientos con la cámara mediante travelling, grúas u otros medios mecánicos.
- Realizar todo tipo de encuadres y enfoques de tomas, así como todo tipo de tomas de plano con la cámara a las órdenes del realizador.
- Velar por la óptima calidad de las imágenes.
- Cuidar y mantener el equipo y accesorios.

Valoración por las empresas

- Polifuncionalidad: definida como la capacidad para desarrollar diferentes trabajos, lo que supone un conocimiento global del proceso productivo en televisión: encuadres, enfoques, equipos materiales, planos,... todo ello en relación con técnicos de sonido, director/a, fotografía, luminotécnicos, etc.
- Trabajo en equipo: siempre respetando las normas de los técnicos responsables pero colaborando con los otros profesionales para llegar a un mismo fin y a la consecución de los objetivos comunes.
- Autonomía y polivalencia: entendiendo esta cualidad como el desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz y siempre con la capacidad para realizar diferentes trabajos relacionados con la ocupación: captar imágenes, registrarlas, realizar montaje, puesta a punto del equipo de cámaras, preparar el material, etc.

OPERADOR / A – REPORTERO / A DE CÁMARA Y VÍDEO

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

El índice de ocupación de este perfil es bastante amplio. Muchas veces son de tipo temporal, ya que se contratan según la duración de determinadas producciones: documentales, publicidad, series, programas, etc. Muchas veces las empresas recurren a gente ya conocida, porque existe cierto desconocimiento sobre la oferta formativa.

Perfiles emergentes:

Cada vez más se tiende a una especialización de los perfiles ocupacionales del sector audiovisual, y, entre ellos, el de operador-reportero de cámara. Existen diversas categorías para realizar, como cámara de vídeo y televisión, técnico operador de equipos ligeros de grabación, técnico de control y análisis del material registrado, reportero, de cámara,...

A menudo se requieren profesionales polivalentes que además de captar imágenes luego sepa efectuar el montaje, digitalizar las imágenes, etc..., pero se tiende a una especialización.

OPERADOR / A – REPORTERO / A DE CÁMARA Y VÍDEO

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

- Técnico de Laboratorio e Imagen; FP Grado Medio en CIFP LANGREO.
- Operadores de cámara: FP Grado Superior en CIFP LANGREO

Formación transversal:

- Idiomas, electrónica, informática.

6. Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe oferta de operadores/as de cámara, sobre todo a nivel temporal y puntual, pero se requiere mayor cualificación y mayores conocimientos actuales sobre los procesos a desarrollar. Pero, con este perfil, se requieren también conocimientos técnicos y prácticos como reportero de cámara.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se quiere profesionalizar más el perfil de operador/a-reportero de cámara y vídeo, lo que supondría mayor cualificación. La formación a veces resulta obsoleta porque los contenidos impartidos se han de ir actualizando y, lo más importante, se han de impartir por profesionales con experiencia y orientación pedagógica, para que sea lo más óptima posible.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se espera una variación de los contenidos formativos para poder cubrir con la máxima profesionalización la oferta futura. Con la existencia de diferentes televisiones locales, que cada vez tendrán más horas de emisión, se prevé un aumento de ofertas de operadores-editores de cámara y, si también se incrementa la oferta formativa respecto este perfil, también aumentará la demanda de profesionales, más y mejor preparados y especializados.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Muchas veces las contrataciones son temporales y puntuales, según la producción a realizar (cortos, series, publicidad, programas, documentales, etc).

7. Observaciones

Se observa cierto desconocimiento, por parte de algunas televisiones de la oferta formativa existente hasta el momento. Se sugiere una mayor publicidad e información para conseguir un alto porcentaje en inserción laboral en este perfil de operadores-reporteros de cámara.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

REPORTERO GRAFICO

OCUPACIÓN

1. Denominación

Es el profesional que, conociendo los conceptos generales informativos, maneja las cámaras y equipos asociados, siendo responsable directo de las grabaciones y filmaciones informativas que se le encomiendan. Para ello, selecciona el emplazamiento, encuadre y composición del plano, planifica y diseña la luz, toma y registra la imagen. Tradicionalmente se les denomina también utilizando la terminología inglesa como “ENG” (Electronic News Gathering).

Competencia clave

- Seleccionar el emplazamiento de la cámara, micrófonos y aparatos de iluminación.
- Operar cualquier tipo de cámara, efectuando los encuadres y organizando los distintos efectos visuales.
- Distribuir y realizar los efectos de iluminación.
- Controlar la calidad de la imagen con los medios operativos de la cámara y algunas veces con medios técnicos ajenos para obtener un rendimiento óptimo de la imagen.
- Asistir y colaborar en el proceso de edición.

Valoración por las empresas

- Autonomía: desarrollo de las funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz, lo que implica destreza en su trabajo, precisión y toma de decisiones.
- Capacidad de organización y de detalle: entendida como la capacidad para estructurar el espacio, el entorno y el tiempo de forma productiva. En este perfil de Reportero Gráfico en televisiones es muy importante la organización y el orden, unido al trabajo en detalle y la minuciosidad, para dar resultado a lo que pide el cliente.
- Actualización de conocimientos, ya que ha de estar constantemente formado/a sobre los nuevos programas y aplicaciones informáticas, nuevas herramientas de trabajo, temas de iluminación, color, obturación, edición, etc.

REPORTERO GRAFICO

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Los reporteros/as gráficos necesitan una buena base de teoría y práctica, consolidada, para poder desarrollar con eficacia su trabajo y ser consciente de la importancia de todos los detalles para la consecución de un buen resultado: iluminación, colores, obturación, etc... Es un perfil que requiere un buen conocimiento sobre digitalización e informática, ya que cada vez más las herramientas a utilizar son con aplicaciones informáticas y recursos digitales.

En la actualidad hay cierto desconocimiento de la oferta formativa respecto a los reporteros gráficos, lo que puede presuponer que los profesionales que trabajan en las televisiones cubren este perfil de forma polivalente (aunque pertenezcan a otra categoría laboral).

Perfiles emergentes:

El perfil del reportero/a gráfico tenderá a una mayor especialización por lo que requiere una formación continua y de reciclaje.

Debería tener buenos conocimientos de vídeo porque cada vez se podría utilizar más.

REPORTERO GRAFICO

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

-Con este nombre del perfil se desconoce la oferta formativa.

Formación transversal:

-Fotografía, vídeo y cámara, iluminación, maquillaje, idiomas, informática.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

No se detecta excesiva necesidad. La oferta actual está generalmente cubierta con otros profesionales que, aunque ocupan categorías y perfiles diferentes, son polivalentes y cubren estas funciones del reportero gráfico.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Desconocimiento de la oferta formativa. Se requiere una cualificación media o superior con especialización y muy buenos conocimientos teórico-prácticos.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Cada vez se tiende más a la especialización de los Diseñadores Gráficos, lo cual demanda en los futuros profesionales las máximas asumidas y un reciclaje constante. Se menciona como un perfil de cobertura "especial" porque sus funciones las suelen realizar otros profesionales polivalentes de las televisiones. Pero si surge más formación y de calidad, este perfil podría demandarse con rapidez, ya que cada vez serán mayores las horas de emisión para cubrir y los programas, documentales, series, informativos o cortos a producir.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se recomienda una mayor interactividad entre empresas y centros de formación para aumentar el porcentaje de inserción laboral.

Observaciones

La formación transversal en este perfil es importante para la optimización en el desarrollo de su trabajo.

Se requieren conocimientos de fotografía digital y analógica, vídeo, imagen, retoque, etc...

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

EDITOR / A DE TELEVISIÓN

OCUPACIÓN

1. Denominación

Es el profesional que, mediante un trabajo intelectual, realiza de un modo audiovisual la información en lo que se refiere a la preparación y edición de la misma. Su participación se vincula estrechamente con la producción de espacios informativos.

Competencia clave

- Dirige el informativo y edita los materiales informativos.
- Valora las noticias o acontecimientos informativos según importancia o actualidad y elabora el guión y compone el minutado.
- Establece el contenido, orden, origen y duración de las informaciones.
- Planifica, organiza y controla las actividades del informativo.
- Aúna criterios con realización, intercambiando ideas y revisando el montaje de las diferentes noticias.
- Presenta y conduce el programa y coordina los distintos centros regionales y corresponsales.

Valoración por las empresas

- Polivalencia y colaboración: ya que el editor ha de estar en constante cooperación con otros profesionales y, en todo momento, se valora que esté predispuesto a ayudar e interactuar con compañeros/as.
- Autonomía: entendida como el desarrollo de sus funciones, responsabilidades y obligaciones de forma independiente y eficaz.
- Planificación y control: capacidad e interés por estructurar el tiempo de forma sistemática y productiva, implicando, además, una pauta preactiva de anticipación. Incluye una continua comprobación y control del trabajo, junto con la resolución de problemas y asunción de responsabilidades.

EDITOR / A DE TELEVISIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

No está muy demandado y cuando se necesita, se tiende a utilizar otros perfiles para realizar tareas de redactor/a. El perfil profesional requerido por las televisiones resalta: la posible experiencia de los profesionales a desarrollar las responsabilidades del Editor, la polivalencia y la actualización de sus conocimientos teórico-prácticos. El surgim y la existencia de más de 7 televisiones loca Asturias podría causar la especialización, cada vez más, de los editores/as, con buenos conocimientos de informática y aplicaciones óptimas para el desarrollo de su trabajo

Perfiles emergentes:

Respecto a la evolución futura de la ocupación, la previsión de cualificación y de mayor oferta del perfil de editor/a, confirman un mantenimiento en los próximos años o, incluso, un incremento.

EDITOR / A DE TELEVISIÓN

FORMACIÓN

Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

-La poca oferta formativa que hay se valora negativamente.

Formación transversal:

-Inglés, inglés, diseño gráfico, sonido e imagen, gestión de grupos, dicción.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Existe oferta laboral, pero hay cierto desconocimiento a veces de la demanda. A menudo se recurre a profesionales de fuera del Principado de Asturias, ya que aquí existe poca formación oportuna y actualizada para el desarrollo de estas responsabilidades.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Falta de conocimiento claro de la Oferta Formativa. Se requiere una formación universitaria (licenciatura en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Telecomunicaciones inexistente en Asturias) o módulos formativos de grado superior específicos de Edición.

Actualmente la formación que se ofrece es continua, concreta para determinadas empresas o trabajadores/as que lo solicitan, y muchas veces se realiza fuera de la Comunidad.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se prevé un surgimiento de formación reglada (CIFP de Langreo) que daría respuesta a la oferta de este perfil, que se presupone que irá en incremento tras la aparición de la TPA y de diferentes productoras.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se necesita una mayor oferta formativa con contenidos actualizados y con profesorado con experiencia.

Observaciones

Sería muy positiva la interacción entre centros formativos y empresas productoras para conseguir un mayor porcentaje de inserción laboral tras acabar los estudios pertinentes.

Ver:

www.educastur.princast.es

www.mec.es

trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

TÉCNICO DE SONIDO - DE CONTINUIDAD EN TELEVISIÓN**OCUPACIÓN****Denominación**

Realiza los procesos de sonorización, registro, difusión, doblaje o postproducción del sonido en producciones radiofónicas, audiovisuales o musicales, espectáculos y actos sociales, con autonomía operativa, aunque recibe instrucciones y asesoramiento del encargado técnico acerca de la configuración, montaje y operación de los equipos.

Competencia clave

- Realizar la captación, tratamiento y registro de sonido en radiodifusión.
- Realizar la captación, tratamiento y registro y/o difusión de sonidos en producciones audiovisuales.
- Realizar y/o coordinar la sonorización de espectáculos, producciones musicales y actos públicos.
- Realizar la grabación de producciones discográficas.
- Realizar los procesos de doblaje y postproducción discográfica y audiovisual.

Valoración por las empresas

- Autonomía en el manejo del control de sonido para desarrollar bien su trabajo respondiendo con independencia, responsabilidad y eficacia.
- Trabajo en equipo y cooperación para realizar sus competencias siempre en coordinación con otros técnicos de producción.
- Conocimientos específicos en AVID u otras aplicaciones informáticas siempre dando respuesta de manera óptima a sus tareas para realizar un buen trabajo de sonido, e intentando dar continuidad a su formación para que sea actual y reciclada permanentemente.

TÉCNICO DE SONIDO - DE CONTINUIDAD EN TELEVISIÓN

MERCADO

Mercado de trabajo

Tendencias de la ocupación:

Los técnicos/as de sonido (sonidistas) pueden especializarse en competencias diferentes: programas de música, producciones de series o cortos, documentales, bandas sonoras, espectáculos musicales, etc. Actualmente hay bastantes ofertas laborales sobre todo para puestos de trabajo puntuales y temporales: elecciones, eventos sociales, fiestas, rodajes, etc...

Específicamente en producción, se realizan contratos temporales según los trabajos emergentes que se produzcan.

Perfiles emergentes:

Técnico de sonido o sonidista es un perfil bastante demandado que cada vez más requiere de más especialización y más conocimientos informáticos y digitales (grabación y edición de sonido sobre soportes digitales, registro, etc.). Esa capacitación también necesita de personas que trabajen bien en equipo, sigan objetivos comunes a otros compañeros, aporte iniciativa y mucha creatividad en lo que produce, etc.

TÉCNICO DE SONIDO - DE CONTINUIDAD EN TELEVISIÓN

FORMACIÓN

5. Formación**Reglada, ocupacional, continua:**

- FP Grado Superior en Sonido (se implantará en septiembre en CIFP Langreo).
- FP Grado Superior en Sonido: CIDISI
- Técnico de Sonido en FO: CIFP Langreo
- Música para técnicos de sonido: Formación Continua en CIFP Langreo

Formación transversal:

- Idiomas, informática, Microfonía, etc.

Carencias detectadas

Entre la demanda y la oferta laboral actual.

Cada vez hay más oferta formativa tanto de Formación Ocupacional, como Reglada como Continua y eso permite que se cubra la oferta laboral actual, aunque se detecta que los conocimientos son algo obsoletos.

Entre las cualificaciones requeridas y la formación ofrecida.

Se requiere una cualificación superior para desarrollar el trabajo de Técnico de Sonido y algunas empresas consideran que hay formación que debería actualizarse y basarse en herramientas, aplicaciones y recursos que hoy día se utilizan.

Entre la demanda futura y la capacidad de la oferta futura.

Se prevé un crecimiento de las productoras gracias a la demanda laboral que puedan ofrecer las televisiones Locales y eso ofrecería más puestos de trabajo.

Comentario a los mismos (en caso de que se considere necesario):

Se buscan profesionales con una buena base de conocimientos teórico-prácticos, para trabajar en equipo y con creatividad. Si la oferta formativa crece, también lo hará la competitividad y se necesitará una buena continuidad y actualización a nivel de formación.

Observaciones

Cada vez se buscan profesionales más orientados al desarrollo de sus tareas de manera digital e informatizada.

Ver:

www.educastur.princast.es
www.mec.es
trabajastur.com (Observatorio de las ocupaciones)

Subsector emergente

ILUMINADOR –TÉCNICO EN ILUMINACIÓN

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional con los conocimientos técnicos y artísticos suficientes para crear medios de iluminación, clima y fotogenia de los decorados y personas de acuerdo con el guión. Se encarga de ambientar, matizar y dar forma visual a la escena a través de la iluminación. Es el profesional que opera los diferentes equipos técnicos de iluminación, identificando y manipulando correctamente tanto los materiales como el equipamiento. Lleva a cabo el mantenimiento preventivo de los equipos técnicos de iluminación.

Competencia clave

- Participar con el realizador, decorador y responsables de luz y sonido, para valorar las necesidades de equipamiento técnico y humano.
- Colaborar con la decoración, escenografía, vestuario y maquillaje indicando los tonos que se han de utilizar para crear la escena.
- Determinar la cantidad de luz en interiores y exteriores, distribuyendo y realizando los efectos de iluminación.
- Trabajar en coordinación con el control de imagen.
- Calcular líneas de alimentación y enganches en generadores y transformadores y diseñar el croquis del montaje de luminotecnia.

Observaciones

El perfil de Iluminador – Técnico en Iluminación (o luminotécnico) está demandado en el sector audiovisual y se considera de difícil cobertura ya que es una ocupación que constantemente requiere una actualización de conocimientos y una formación muy completa: electricidad, técnicas de iluminación, óptica, fotografía, escenografía, equipos de vídeo, electrónica, técnicas de decoración, informática, material fotosensible, lenguaje audiovisual,...

MAQUINISTA

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que se encarga de la instalación y colocación de toda la maquinaria de rodaje durante los trabajos preparatorios de montaje de los escenarios y durante el propio rodaje.

Competencia clave

- Organizar la colocación, instalación y manipulación de la cámara en diferentes accesorios que la acoplan a los más variados sistemas de transporte.
- Responsabilizarse del montaje y correcto funcionamiento de los diferentes soportes de cámara (travelling, dolly, grúas, etc.).
- Dirigir el montaje de estructuras sólidas para sostener a personas con equipos de cámara, iluminación,...
- Instalar, colocar y manipular los sistemas de transporte de la cámara y ocuparse de desmontarlos.
- Fabricar los accesorios necesarios cuando no sea posible conseguirlos.
- Mover la cámara en el travelling y las grandes grúas de estudio.
- Marcar en el suelo del plató la trayectoria de la cámara y la posición de los personajes.
- Montar y desmontar estructuras en el escenario para que se suban personas y equipos. Y, en ocasiones, dar la claqueta.

Observaciones

Los/as maquinistas se considera un perfil emergente en Asturias porque actualmente no existe como ocupación, pero, se espera un aumento de las horas de emisión y de la producción de documentales, series, programas, informativos, etc... lo cual haría necesario el trabajo y las competencias del maquinista para un buen rodaje, montaje e instalación.

JEFE TÉCNICO

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que se encarga de la definición de los aspectos técnicos del proyecto, además de ser el responsable último de la calidad técnica de la producción.

Competencia clave

Controlar los aspectos técnicos de la producción.

-Definir la posible utilización de determinados elementos en la producción.

-Establecer los requisitos técnicos para dicho elementos.

-Efectuar el seguimiento de la parte técnica del proyecto.

-Controlar la calidad técnica de la producción.

Observaciones

El jefe técnico ha de tener una base muy amplia de conocimientos y estar constantemente actualizándolos, ya que cada vez se tiende más a la informatización y digitalización de las tareas y competencias. Se requiere que posea un dominio alto de programación informática, integración de componentes de audio, vídeo y grafismo, herramientas multimedia on line, animación en Internet (lenguaje HTML), herramientas de diseño gráfico, implementación de streaming (alta definición), técnicas de creatividad, marketing, etc.... Además de una formación transversal importante en idiomas, estética o geometría, entre otros.

DOCUMENTALISTA	OCUPACIÓN
Denominación	
Es el profesional que gestiona el servicio de documentación reuniendo, analizando, clasificando y catalogando los fondos documentales.	
Competencia clave	
-Organizar y gestionar el servicio de documentación. -Seleccionar el sistema informático de gestión documental más adecuado a las necesidades del centro. -Coordinar el trabajo del personal del departamento. -Consultar catálogos comerciales para conocer y adquirir las novedades bibliográficas del mercado. -Seleccionar los documentos que pasarán a ser objeto de análisis. -Gestionar los lenguajes documentales y supervisar el análisis documental. -Actualizar las normas de catalogación y clasificar los documentos. -Realizar estudios sobre el servicio de documentación y modificarlo en función de las necesidades de los usuarios. -Buscar, recuperar y proporcionar información a petición de la redacción. -Registrar los documentos que ingresan en la empresa, y analizar su contenido realizando fichas-resumen. -Catalogar y clasificar los documentos.	
Observaciones	
El perfil del documentalista es de difícil cobertura actualmente en Asturias por la falta de impartición de la Licenciatura correspondiente en el Principado. Se considera, sobre todo en las televisiones locales, como una ocupación emergente, ya que sería óptima su aparición porque sus competencias, hoy día, están desarrolladas por otros profesionales polivalentes que las cubren. Los bajos presupuestos para personal podrían favorecer al hecho de tener que prescindir de este perfil, aunque las empresas explicitan su necesidad.	

CREATIVO

OCUPACIÓN

Denominación

Es el profesional que diseña o propone nuevas ideas para el sector audiovisual. Puede tratarse de publicidad, de cabeceras de programas, o de programas televisivos.

Competencia clave

- Diseño de cabeceras.
- Diseño de anuncios.
- Creación de programas televisivos.
- Análisis de los recursos necesarios para cada uno de los proyectos.
- Aportar ideas para su buen desarrollo.
- Presentar el programa, realizar las entrevistas...
- Si el programa o entrevista se realiza en directo, solventar las distintas situaciones que puedan surgir en su desarrollo.

Observaciones

En estos momentos, no existe en Asturias este perfil específico., sino que básicamente, las ideas surgen en sesiones de "tormentas de ideas" entre los distintos profesionales de cada empresa.

PRESENTADOR	OCUPACIÓN
Denominación	
Es el profesional que reuniendo las características del Locutor, y correspondiéndole todas sus funciones, está capacitado para, con plena iniciativa y responsabilidad, llevar a cabo las tareas de mayor responsabilidad dentro de su especialidad: entrevistas, comentarios, retransmisiones y presentación de programas con o sin ejecución a textos previos.	
Competencia clave	
El perfil y sus respectivas competencias dependen del tipo de programas a presentar, pero en líneas generales: -Preparar su propio guión y programa, basado en una escaleta diseñada en general, por el productor. -Aportar ideas para su buen desarrollo. -Presentar el programa, realizar las entrevistas... -Si el programa o entrevista se realiza en directo, solventar las distintas situaciones que puedan surgir en su desarrollo.	
Observaciones	
En estos momentos, no existe en Asturias este perfil específico, sino que incluso, en ocasiones se contrata a actores para realizar estas funciones, o a personas que con buena imagen y buena locución, simplemente, se limite a leer el guión establecido.	

