

# ADAPTACIÓN AL EEES DEL TÍTULO DE GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y SINERGIAS MODULARES COMUNES EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS ANDALUZAS

**Jordi Alberich Pascual**

Profesor Contratado Doctor

Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Granada.  
Campus Cartuja, s/n. 18012 Granada. Tlf. 958241963  
Email: [jalberich@ugr.es](mailto:jalberich@ugr.es) Web: <http://www.jordialberich.info>

**Virginia Guarinos**

Profesor Titular de Universidad

Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. Américo Vespucio, s/n.  
41092 Sevilla. Tlf. 954559688 - Email: [guarinos@us.es](mailto:guarinos@us.es)  
Web: <http://fcom.us.es/blogs/virginiaguarininos>

**Sebastián Mañas Valle**

Profesor Titular de Universidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga. Campus  
de Teatinos, s/n. 29071 Málaga. Tlf.: 952132904 – Email: [sema@uma.es](mailto:sema@uma.es)

## **Palabras clave**

*Comunicación audiovisual, EEES, Grado oficial, Sociedad de la información, Andalucía*

## **Key Words**

*Audio-visual Communication, ESHE, Official Degree, Information Society, Andalusie*

## **Abstract**

The process of adaptation to the European Space of Higher Education has implied in the public universities of Andalusia an intense process of dialogue and interfacultative debate.

At the request of the Andalusian Council of Universities, all the universities that will offer the same title in its catalogue of degrees, had to previously decide the 75% common modular structure of this one. The present article analyzes, debates and extracts the consequences of the process and the results reached to establish the modular structure common of the new university official Degree in Audio-visual Communication in the public universities of Andalusia, of the hand of three representatives in the commissions named for such effect from the universities of Seville, Malaga and Granada.

## Resumen

El proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior ha implicado en las universidades públicas de Andalucía un intenso proceso de diálogo y debate interfacultativo. A instancias del Consejo Andaluz de Universidades, todas las universidades con voluntad de ofrecer un mismo título de Grado oficial en su catálogo de titulaciones, debían acordar previamente una estructura modular común del 75% de éste. El presente artículo analiza, debate y extrae las consecuencias del proceso y de los resultados alcanzados para establecer la estructura modular común del nuevo Título de Grado en Comunicación Audiovisual en las universidades públicas de Andalucía, de la mano de los tres representantes en las comisiones nombradas para tal efecto de las universidades de Sevilla, Málaga y Granada.

## Objetivos

El presente artículo persigue satisfacer los siguientes objetivos específicos:

- Valorar las implicaciones que el contexto de la sociedad de la información imprime en el diseño de una oferta formativa superior en Comunicación audiovisual capaz de dar respuesta a la profunda transformación en curso del escenario comunicativo.
- Analizar el proceso de diálogo interfacultativo de las universidades de Andalucía para el establecimiento de una estructura modular común en el Grado en Comunicación audiovisual.
- Mostrar las sinergias modulares comunes establecidas en el acuerdo común alcanzado, su origen y su justificación.
- Identificar y discriminar los retos a superar que los nuevos títulos de Grado en Comunicación audiovisual deben atender para su implementación con éxito.
- Establecer las perspectivas y oportunidades que el nuevo EEES dibuja para el propio campo disciplinar de la Comunicación audiovisual y la Publicidad.

## Metodología

El proceso metodológico desarrollado ha tenido como punto de partida una consulta bibliográfica intensiva de fuentes de información de interés en relación con a) la normativa existente sobre la configuración del Espacio Europeo de Educación Superior, así como con b) la redefinición y transformación intensiva del sector audiovisual en la sociedad de la información. Tras la lectura y análisis crítica de ambas fuentes, se ha procedido a interrelacionar conceptualmente uno y otro campo, con el fin de mostrar sus afinidades y sinergias compartidas en relación a nuestro objeto de estudio.

A continuación, a partir de la participación activa de los autores del presente artículo

en las propias comisiones nombradas para la aprobación de la estructura modular común para el título de Grado en Comunicación audiovisual adaptado al EEES de las universidades públicas de Andalucía, se ha procedido al comentario crítico del proceso de trabajo, diálogo y debate alcanzado, desarrollando y comentando en detalle las competencias y los contenidos básicos objeto del acuerdo final. Finalmente, el análisis cualitativo del conjunto de retos y perspectivas de futuro que se abren en y para su implementación, nos ha permitido identificar y discriminar cinco claves críticas que debe aspirar a satisfacer el proceso de implantación y adaptación iniciado.

## 1. Los estudios universitarios de Comunicación audiovisual ante el Espacio Europeo de Educación Superior

El entorno y el escenario comunicativo contemporáneo redobla el reto pedagógico universitario: un escenario donde resulta cada vez más problemático pensar exclusivamente la acción comunicativa en clave unidireccional, donde las barreras entre producción y consumo se diluyen, donde conceptos como espectador o audiencia necesitan complementarse, y donde la discontinuidad, las evoluciones, y los cam-

bios tecnológicos resultan extremadamente habituales y constantes.

La emergencia y el desarrollo de los nuevos medios de comunicación digital, así como el uso intensivo de Internet, han transformado la naturaleza de la comunicación en las sociedades contemporáneas, llegando a transformar gran parte de sus lugares comunes tradicionales, dando lugar a un desplazamiento radical de la acción comunicativa, y provocando el surgimiento de

nuevas y revolucionarias dimensiones y dinámicas comunicativas. Los medios de comunicación de masas tradicionales están viviendo en la actualidad un proceso de refundación de su naturaleza y de sus fines, al que la enseñanza universitaria de la comunicación audiovisual debe dar respuesta de forma efectiva y decidida.

La nueva sociedad de la información y del conocimiento debe ser asumida como un indudable reto de presente y futuro al que intentar dar respuesta en el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior. El diseño de los planes de estudio de los Títulos de Comunicación adaptados al EEES se presenta así como una gran oportunidad de atender y afrontar los retos que plantea esta nueva realidad comunicativa. Esta nueva realidad es fruto de la emergencia de Internet y del conjunto de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC), que provoca el desplazamiento de modelos comunes anteriores y la necesidad de estudio y prospección de nuevas pautas para su necesaria comprensión crítica y pedagógica.

Hoy, la evolución tecnológica y los procesos de digitalización proporcionan oportunidades revolucionarias para la creación y la difusión de la actividad comunicativa audiovisual con un elevado grado de autonomía e independencia. Hacer realidad un proyecto audiovisual continúa siendo una tarea compleja y sujeta a numerosos factores que condicionan su realización, pero cada vez hay más recursos al alcance de los

jóvenes y de los estudiantes emprendedores. Hace quince años era casi impensable que un estudiante pudiera diseñar y experimentar los elementos básicos de una producción cinematográfica desde su casa con la ayuda de un sistema informático y conseguir posteriormente el apoyo de una productora, o que grupos de fans llegaran a producir y difundir sus propias versiones u homenajes a sus referentes (habitualmente producciones de gran presupuesto), de forma modesta pero con un nivel de creatividad y calidad técnica sorprendentes. Hoy ambas situaciones descritas resultan crecientemente posibles y efectivas (Roig, 2004).

Del mismo modo, la emergencia y éxito popular de sistemas y tecnologías como el PodCast y los VideoBlogs, ejemplifican nuevamente la redefinición de las fronteras entre mundo profesional y mundo amateur en el sector audiovisual de nuestros días, así como la necesidad y utilidad de plantear diseños curriculares receptivos a los nuevos territorios discursivos expandidos por los crecientes procesos de producción audiovisual en red.

Debe eludirse pues una concepción rígida del conjunto del sector y de la cultura audiovisual. Frente a una visión segmentada (cuando no exclusivista) del profesional/titulado en Comunicación Audiovisual focalizada únicamente en su proyección a través de su incorporación en alguna de las principales empresas productoras audiovisuales, creemos que la enseñanza universi-

taria hoy de la Comunicación Audiovisual debe tener en cuenta las posibilidades variables que inauguran la comunicación digital y en red. Hoy las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación redefinen el concepto y la relación entre la producción, la distribución, la creación y el consumo audiovisual. Y de esta redefinición surgen también no sólo nuevas oportunidades para la proyección profesional sino también para la innovación docente y pedagógica.

La enseñanza superior universitaria de la Comunicación Audiovisual debe así ser capaz de abordar críticamente las distintas formas de articulación entre Internet y los medios tradicionales. Internet define un nuevo tipo de acción comunicativa: local-global, horizontal, de muchos a muchos, interactiva, sin límites de espacio (dependiendo solo de la red) y asíncrona en el tiempo (Castells, 2003) que redefine el campo comunicativo en nuestras sociedades. De la mano de Internet, el conjunto de los denominados 'nuevos medios' (New Media) tienen la capacidad de transformar el conjunto de la práctica comunicativa y de establecer nuevas formas de relación entre los distintos medios. Y en este contexto indudablemente revolucionario al que asistimos son muchos los interrogantes que la enseñanza universitaria de la Comunicación Audiovisual debe plantearse y sobre los que ser capaz de posibilitar -y fundamentar adecuadamente- su debate crítico.

Conceptualizar, diseñar y hacer realidad una oferta formativa en Comunicación audiovisual adaptada al EEES comporta hacer muchas preguntas, algunas muy viejas, otras muy nuevas. Entre otras, y sólo como botón de muestra: ¿Cómo prevenir el autismo social al que podría llegarse en un mundo de medios de comunicación atomizados? ¿Cómo la comunicación multimedia redefine los procesos de comunicación de masas? ¿Qué consecuencias tienen estas observaciones para las políticas públicas en el sector audiovisual contemporáneo?

La actualización de las licenciaturas en Comunicación audiovisual debe proporcionar una formación que apunte y dé una respuesta formativa superior a los intensos procesos de evolución y cambio del audiovisual, dirigida a las jóvenes generaciones que se identifican como usuarios de los medios, y ya no sólo como receptores de éstos. El campo audiovisual da lugar a un auténtico e intenso ecosistema social. Desde las universidades nos dirigimos a un colectivo de estudiantes muy plural, diverso y apasionado por las manifestaciones más diversas de la cultura audiovisual, y que da lugar y se traduce en perfiles y conocimientos previos muy dispares. Nuestros destinatarios persiguen y/o acceden al estudio superior de lo audiovisual desde expectativas e intereses muy heterogéneos: a la previsible atracción por la producción, la creación y la difusión audiovisual le tenemos que sumar también el interés por la

tecnología y la interpretación y el análisis cultural.

La enseñanza universitaria de la Comunicación Audiovisual deberá adoptar así en la actualidad un enfoque global e integrador, capaz de proporcionar una formación académica y profesional para los intensos procesos de evolución y cambio del audiovisual, con el fin de dotar a los estudiantes de Comunicación audiovisual de las herramientas y de los instrumentos teóricos y de análisis necesarios para valorar en todo su alcance los efectos y consecuencias del proceso general de actualización y/o redefinición del escenario comunicativo contemporáneo al cual estamos asistiendo, como consecuencia de la indudable centralidad de la comunicación audiovisual en la actual sociedad de la información y del conocimiento (Bonet, 2007).

El nuevo Espacio Europeo de Educación Superior exige aspirar a responder y profundizar en la comprensión de las intensas líneas de transformación del audiovisual contemporáneo. Tal y como mostraremos en apartados posteriores, desde las Universidades Públicas de Andalucía hemos tratado de ser coherentes con esta aspiración mediante el desarrollo de un importante esfuerzo de urbanización y fundamentación

teórica y científica de la Comunicación Audiovisual. En este sentido, conviene insistir en como la tecnologización masiva de la sociedad contemporánea, la velocidad de los cambios y la sobreabundancia de datos necesita gestionarse académicamente con acierto (Echevarría, 1999). Una gestión adecuada para la cual resultará fundamental a su vez una intensa y decidida tarea de urbanización conceptual y de fundamentación teórica y tecnológica que sólo la enseñanza académica universitaria puede y debe aportar.

El joven estatuto de licenciatura universitaria en Comunicación Audiovisual en España apenas desde principios de los años noventa, así como el actual reconocimiento de los estudios universitarios de Comunicación Audiovisual como de Grado 3, en cuanto al precio de crédito aplicable, debido a su importante nivel de experimentación y de presencia de las tecnologías en sus materias, debe hacernos redoblar la importancia de otorgar y dotar a los estudiantes de la base teórica necesaria tanto para su desarrollo científico como para su desarrollo profesional, capacitándolos para su autonomía crítica en el complejo escenario comunicativo contemporáneo, tanto nacional como internacional.

## 2. El proceso de diseño del Grado en Comunicación Audiovisual adaptado al EEES en el marco normativo universitario de Andalucía

En este clima general de aspiraciones, retos y cuestiones a atender de los estudios superiores de Comunicación ante su adaptación al EEES, el proceso de diseño de los nuevos planes de Comunicación Audiovisual en Andalucía debía partir asimismo de la norma establecida por el Consejo Andaluz de Universidades (CAU) de la Junta de Andalucía que requería un 75% común en la estructura de los mismos entre las tres universidades públicas andaluzas con licenciatura actual en Comunicación Audiovisual: las universidades de Sevilla, Málaga y Granada, siendo ésta la misma norma para los futuros Grados de Periodismo (lo cual implicaba a las universidades de Sevilla y Málaga) y de Publicidad y Relaciones Públicas (universidades de Sevilla, Málaga y Cádiz).

Con el fin de tomar un primer contacto entre todos los centros públicos andaluces, el principio del trabajo se gestó en la ciudad malagueña de Antequera en junio de 2008, donde se celebraron las I Jornadas de Prospectiva Curricular. La formación en Comunicación desde una perspectiva regional. Conferencia andaluza de facultades de comunicación. En ella se ejecutaron ponencias, mesas redondas y sesiones de trabajo, donde se prestó especial atención a

la comparecencia de representantes de sectores empresariales y a las experiencias en planes de estudios europeos de otras universidades españolas públicas y privadas. Las bases de trabajo fueron siempre las establecidas en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación (2005) elaborado por la Conferencia de Decanos en Comunicación de España, coordinado por el Dr. Marcial Murciano, y aprobado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.

Este comienzo de trabajo colaborativo interfacultativo se prolongó durante aproximadamente un año con diversas reuniones sectoriales entre facultades y entre grados, de modo que existiera un documento sólido previo a la convocatoria del Consejo General de Universidades de la Junta de Andalucía, hecho que se produjo en febrero de 2008. En ese momento, las autoridades universitarias andaluzas acordaron establecer entre las directrices y pautas de acuerdos la recomendación de alcanzar un 50% común en la estructura modular entre Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, independiente del otro 75% común entre las tres universidades del grado de Comunicación Audiovisual. Dicha recomenda-

ción fue sugerida también para las Ciencias Económicas y las Filologías. La Comisión Oficial de Rama de Ciencias Sociales de Andalucía fue presidida por el Rector de la Universidad de Sevilla, quien delegó para los encuentros de trabajo en el Sr. Vicerrector de Ordenación Académica, D. Juan José Iglesias, auxiliado como por el Sr. Director del Secretariado de Planes de Estudios, D. Jesús García Martínez, como secretario. Convocados los representantes de los tres grados, finalmente las comisiones de los distintos grados de estudios en Comunicación se constituyeron y trabajaron en comisiones independientes entre sí pero coordinadas; las sesiones se celebraron de forma individual por cada grado, con un representante de cada Facultad y dos representantes del sector de alumnos, siete miembros en total.

Tras diversos debates, las tres comisiones consideraron que, especificidades aparte, la búsqueda de un 50 % común entre los grados se volvía impracticable en tanto que se anulaba prácticamente la especificidad de cada uno de los títulos, resultando un margen mínimo de especialización en los tres estudios superiores.

El acuerdo final alcanzó tan sólo un 32 %, que fue aprobado por la Comisión de Rama. Son tres los módulos objeto de acuerdo: los dos módulos básicos, de Ciencias Sociales y de Comunicación, y el módulo Fin de Grado. El módulo de Ciencias Sociales, de 36 créditos ECTS, debía incluir al menos tres de las materias de la siguiente

oferta: Ciencia Política, Comunicación, Derecho, Economía, Historia, Psicología y Sociología, oferta común para las tres titulaciones, de las que cada título elegiría las tres más pertinentes para la concreción de su título. Este margen de libertad y adecuación se ampliaba con el módulo básico de Comunicación, de 24 créditos ECTS, que con un carácter de formación fundamental en Comunicación general pudo concretar materias según los títulos, a pesar del mantenimiento de una serie de competencias cerradas comunes. El módulo Proyecto fin de grado y prácticas en empresa resultó de carácter mixto, siendo obligatorio, de 6 créditos ECTS, el trabajo de fin de grado y optativa la realización de las prácticas, aunque de oferta obligatoria en todos los títulos por parte de los centros.

En este marco el Grado en Comunicación Audiovisual de Andalucía cuenta con una base común a Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas que pretende proporcionar al alumno una formación básica en Ciencias Sociales basada en la adquisición de las competencias:

- De Ciencias Sociales (17 competencias): conocimiento del entorno político, jurídico, económico, social y cultural que permita interactuar con la sociedad, así como la capacidad de definir, analizar e investigar mensajes y su impacto social bajo una conducta ética.
- Comunicación (15 competencias): conocimiento básico de las teorías, procesos y herramientas tecnológicas en



Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.

- Proyecto de fin de grado (5 competencias): capacidad y habilidad en manejo de tecnologías y herramientas especializadas, así como de trabajo en equipo, de empresa o de investigación, y conocimiento de técnicas y procesos de creación y difusión de la obra audiovisual.

La estructuración del resto de módulos del plan permite al Grado de Comunicación

Audiovisual potenciar su especificidad, compartido también en su 75% por las universidades de Sevilla, Málaga y Granada. La regulación de la existencia de unos máximos de presencia de competencias en Ciencias Sociales y de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas ha supuesto una descarga de asignaturas no específicas de Comunicación Audiovisual, que contará con un Grado más especializado y centrado en sí mismo.

### **3. Estructuración modular específica común acordada en el nuevo Grado de Comunicación audiovisual por las Universidades de Sevilla, Málaga y Granada**

Tal y como hemos señalado en el anterior apartado, junto a los dos módulos de formación básica común ya detallados (60 ECTS), una vez desarrollado el diálogo interfacultativo en diversas etapas, las diferentes comisiones y subcomisiones de Título acordaron finalmente definir la estructura común específica del nuevo Grado de Comunicación Audiovisual en los siguientes nueve módulos (120 ECTS), alcanzando así el 75% común (180 ECTS) requerido por las autoridades académicas de Andalucía, y que será compartido por las Universidades Públicas de Sevilla, Málaga y Granada en su próxima oferta docente oficial:

MÓDULOS ESPECÍFICOS (120 Créditos ECTS)

1. Módulo de Teorías e Investigación en Comunicación audiovisual (12 Créditos ECTS)
2. Módulo de Historia de la Comunicación audiovisual (12 Créditos ECTS)
3. Módulo de Técnicas y Realización audiovisual (18 Créditos ECTS)
4. Módulo de Plataformas tecnológicas audiovisuales (18 Créditos ECTS)
5. Módulo de Guión y Narrativas audiovisuales (12 Créditos ECTS)

6. Módulo de Gestión y Producción audiovisual (12 Créditos ECTS)
7. Módulo de Economía, Políticas de la Comunicación audiovisual y Cambio social (12 Créditos ECTS)
8. Módulo de Imagen, Diseño y Cultura audiovisual (12 Créditos ECTS)
9. Módulo de Fin de Grado y Prácticas en Empresa (12 Créditos ECTS)

La descripción relativa al enfoque curricular y los contenidos básicos abarcados por estos nueve módulos específicos es la siguiente:

### **Módulo de Teorías e Investigación en Comunicación Audiovisual**

Conocimiento histórico de los diferentes paradigmas relacionados con las teorías de la comunicación audiovisual, así como de los fundamentos técnicos y expresivos en los lenguajes audiovisuales y multimedia. Comprensión teórica de la historia y estética de las representaciones visuales, así como de los géneros audiovisuales y de la cultura de masas.

### **Módulo de Historia de la Comunicación Audiovisual**

Conocimiento de la historia y evolución de los diversos medios y formatos audiovisuales a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo. Al mismo tiempo se relacionan la evolución tecnológica e industrial con el lenguaje audiovisual, teniendo en cuenta los conceptos

teóricos y prácticos de las representaciones visuales y auditivas, los sistemas de comunicación y transmisión de conceptos y sus realidades, así como los valores simbólicos y culturales básicos que favorezcan una correcta interpretación y análisis de los signos o códigos de la imagen.

### **Módulo de Técnicas y Realización Audiovisual**

Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, tanto en el cine como en televisión, vídeo y multimedia desde el punto de vista de la puesta en escena desde la idea inicial hasta su acabado final. Conocimiento de las técnicas básicas de realización visual y auditiva en diversos medios: cinematográfico, televisivo, radiofónico, fotográfico, infográfico, videográfico y multimedia, y de los lenguajes de realización específicos de los géneros, diferenciando la ficción de la no ficción y de la información, así como de las técnicas de resolución de trabajo de realización en directo y diferido.

### **Módulo de Plataformas Tecnológicas Audiovisuales**

Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, radio, sonido, televisión, vídeo, cine y soportes multimedia e interactivos).

### **Módulo de Guión y Narrativas Audiovisuales**

Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos del análisis y la construcción del guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de ámbito audiovisual. También se incluye el conocimiento teórico y práctico de los análisis, sistematización y codificación de contenidos icónicos y la información audiovisuales en diferentes soportes y tecnologías, así como la identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias narrativas.

### **Módulo de Gestión y Producción Audiovisual**

Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios, en sus diversos soportes (cine, TV, vídeo, multimedia, etc.), hasta su comercialización.

### **Módulo de Economía, Políticas de la Comunicación Audiovisual y Cambio Social**

Conocimiento teórico-práctico de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo,

incluyendo la tributación audiovisual. Conocimiento e investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores. Conocimiento teórico-práctico de los parámetros básicos (políticos, económicos, culturales) aplicables al campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución a lo largo del tiempo. Conocimiento teórico-práctico de las políticas autonómicas, estatales e internacionales de incidencia en el audiovisual o la comunicación, así como el régimen jurídico de su aplicación en las producciones audiovisuales.

### **Módulo de Imagen, Diseño y Cultura Audiovisual**

Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual, así como los elementos constitutivos de la dirección artística. Estos conocimientos también abarcan las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales. También se incluyen los conocimientos de los modelos teóricos específicamente desarrollados para la comunicación visual y la persuasión a través de la imagen.

### **Módulo de Proyecto Fin de Grado y Prácticas en Empresas**

Los contenidos de este módulo tendrán que ver con el Proyecto de Fin de Grado, y con

sus propios objetivos y contenidos, ya sean curriculares, de investigación o profesionales, en todo caso pertenecientes al ámbito de nuestras titulaciones. Del mismo modo, la realización, en su caso, de Prácticas Externas en empresas vinculadas o relacionadas con el sector de la Comunicación, tiene como objetivo el aprendizaje in situ de las rutinas profesionales y de las técnicas de trabajo empleadas en el ámbito profesio-

sional, y procurará la adecuada inserción laboral de nuestros egresados. En lo que concierne a las actividades complementarias, éstas dependerán de la elección del estudiante y de la oferta existente. El Proyecto de Fin de Grado (obligatorio) ha de ser realizado al finalizar éste; y las Prácticas Externas (optativas), durante el segundo ciclo.

## Conclusiones

La deseable implantación común a partir del curso 2010-2011 de los tres Títulos de Grado en Comunicación audiovisual adaptados al EEES en las Universidades de Sevilla, Málaga y Granada define un amplio y renovado abanico de retos y oportunidades a satisfacer. Son muchas las cuestiones pendientes que dejan sin resolver las actuales Licenciaturas en Comunicación audiovisual, y son también muchas las nuevas cuestiones que plantean los nuevos Títulos de Grado para alcanzar en su deseable implementación social, académica y profesional.

A modo de conclusiones del presente trabajo, sin pretender resultar exhaustivos, hemos consignado a continuación en cinco grandes epígrafes aquellos principales retos comunes que a nuestro entender debe aspirar a satisfacer el proceso de implantación y adaptación iniciado, sin olvidar su reverso positivo: las oportunidades que se dibujan en nuestro horizonte formativo y

que cabe y deben también ser aprovechadas y resueltas de forma satisfactoria en el sentido que indicaremos.

### **1. Posicionar una formación plenamente superior, científica y universitaria de lo audiovisual**

Frente a la amplia oferta formativa tanto pre-universitaria como -si se nos permite la expresión- crecientemente para-universitaria (al modo de las parafarmacias a las Farmacias), el Título de Grado en Comunicación audiovisual tiene ante sí el indudable reto de articularse y definirse como el único lugar donde encontrar un diseño curricular plenamente científico y universitario de lo audiovisual, capaz de afrontar con éxito las profundas líneas de transformación del conjunto del sector audiovisual en su globalidad en la actualidad.

Con motivo del proceso de adaptación al EEES, las Facultades de Comunicación

tenemos ante nosotros la oportunidad de conseguir disipar las tan habituales, excesivas e injustificadas dudas que en demasiadas ocasiones provoca sobre los estudiantes potenciales de Comunicación audiovisual la dispar oferta formativa existente de y sobre lo audiovisual: ciclos formativos de grado medio y de grado superior, variopintas titulaciones privadas propias, numerosos cursos de especialización y de reciclaje en tecnologías audiovisuales y multimedia, existencia de másteres no homologados y módulos de ocupación profesional en el sector audiovisual -por citar sólo algunos ejemplos significativos.

Sin desmerecer el interés específico y parcial en ocasiones de esta oferta circundante existente, el Grado en Comunicación Audiovisual debe redoblar su esfuerzo por posicionarse sin embalajes como el lugar central y superior de todas ellas, en definitiva, como el lugar para la capacitación más amplia y científica sobre la acción comunicativa audiovisual en su conjunto.

Sus armas para ello son muchas. Lo es la sólida fundamentación humanística y social que hemos visto que define el nuevo Grado en la estructuración modular común en las Facultades andaluzas en el apartado anterior, exclusiva de éste en relación al resto de ofertas formativas existentes. También, la intensidad y solidez de su anclaje en el pensamiento crítico, así como la fortaleza de su orientación técnica y tecnológica, y muy especialmente, la concepción holística que posibilita su naturaleza mutidisciplinar

en los estudiantes sobre el conjunto de agentes, fuerzas y líneas que definen la centralidad contemporánea de la comunicación audiovisual en la actual sociedad de la información y del conocimiento.

Frente a la habitual formación segmentada, cuando no directamente atomizada, de determinados factores y/o ingredientes profesionales y tecnológicos en el resto de la oferta formativa audiovisual existente, la enseñanza universitaria del Grado en Comunicación audiovisual ofrece en contraposición un enfoque global único, capaz de proporcionar como ninguna otra la autonomía, creatividad y amplitud de miras necesarias para afrontar y desarrollarse con éxito ante los intensos procesos de evolución y cambio del sector audiovisual contemporáneo.

## **2. Promover la mejora de las condiciones del mercado laboral en el sector audiovisual para los egresados en Comunicación audiovisual**

Tal y como se ha señalado, la estructura modular acordada en el nuevo Grado en Comunicación audiovisual en las universidades públicas andaluzas establece un módulo de Proyecto fin de grado y prácticas en empresa, de carecer mixto, en el que el proyecto fin de grado será obligatorio (6 créditos) y en el que -aunque la oferta de plazas de prácticas será obligatoria (se hará en todos los títulos)- las prácticas serán optativas para el alumno.

La introducción común de una materia de Prácticas en empresa en el interior del diseño curricular universitario, aunque sea con carácter optativo, resulta novedosa con respecto a la situación extracurricular anterior en las actuales licenciaturas. Sus consecuencias, aunque deseablemente positivas, marcan nuevos retos a satisfacer. Uno de ellos, destacado de forma compartida por los representantes tanto de Sevilla, Málaga y Granada, es conseguir que este previsible aumento de estudiantes universitarios de Comunicación audiovisual en prácticas en empresas específicas del sector sirva para mejorar los siempre difíciles inicios en empresas audiovisuales de los nuevos titulados, y no para todo lo contrario, es decir, evitar que no provoquen un -indeseado-aumento de la temporalidad y de la precariedad laboral, ya de por sí excesivamente elevada en un sector carente de una regulación laboral satisfactoria como el de las profesionales audiovisuales en la actualidad.

Desde las universidades implicadas, y en especial desde sus Facultades de Ciencias de la Comunicación, la mayor integración Universidad-Empresa que supone el proceso de adaptación al EEES, debería hacernos conseguir aumentar la dignificación del periodo de prácticas, su conversión plena en un periodo de formación universitario, su tutorización doble desde la universidad y desde las empresas, y así ser un elemento determinante en la construcción conjunta de unas condiciones laborales justas y com-

partidas en el conjunto del sector audiovisual de nuestro país.

### **3. Favorecer una mayor imbricación interfacultativa de la docencia y la investigación universitaria en Comunicación audiovisual**

En los últimos diez años, el campo científico y profesional de la comunicación ha experimentado un desarrollo y consolidación más que notables en el espacio autonómico de la Comunidad Andaluza. El fortalecimiento y consolidación institucional de los dos principales centros de estudios profesionales en comunicación andaluces, la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, se han visto complementados con el surgimiento de nuevas titulaciones en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de Cádiz, y en la Facultad de Comunicación y Documentación de Granada.

En este escenario, los estudios de comunicación en Andalucía han adquirido una madurez y relevancia internacional significativas. Grupos de investigación y destacados académicos de nuestros centros de estudio mantienen vínculos y lideran proyectos innovadores de Investigación y Desarrollo, articulando relaciones institucionales con otras universidades europeas e iberoamericanas. Pese a ello, se han venido consolidando plantillas de personal docente e investigador y programas curriculares con escasa y en muchos casos nula cooperación

interuniversitaria dentro del espacio regional andaluz. La construcción del Espacio Europeo de Educación Superior perfila, sin embargo, un marco de actuación en las políticas públicas que exige una mayor imbricación de la docencia y la investigación universitaria entre centros, grupos y titulaciones de diferentes universidades, más allá incluso del marco nacional.

Las Facultades de Comunicación de Andalucía deben por lo mismo comenzar a trabajar de manera coordinada en la planificación y desarrollo de redes interdepartamentales, interfacultativas e interuniversitarias considerando su posición periférica, a la par que privilegiada, en el marco del espacio regional iberoamericano y del sur de Europa. Respetando la deseada y necesaria autonomía universitaria, las titulaciones de grado y postgrado andaluces deben comenzar a identificar las fortalezas y sumar nuestras debilidades de carácter estructural para, en conjunto, permitir a nuestros centros jugar un papel dinamizador y de liderazgo ante los retos de la convergencia europea.

El trabajo académico de las enseñanzas en comunicación en Andalucía debe procurar, en este sentido, definir acciones concertadas con centros universitarios de otras comunidades, y de países de la Unión Europea facilitando a estudiantes, profesionales y académicos de la comunicación las mejores condiciones para el desarrollo armónico de estos estudios conforme a las demandas de desarrollo y formación del

ámbito de la comunicación y la cultura andaluzas, y aunar esfuerzos en el desarrollo común y las políticas de formación e investigación en las titulaciones específicas de las áreas propias de las Ciencias de la Comunicación (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Audiovisual).

#### **4. Potenciar el posicionamiento nacional e internacional de la formación e investigación en y desde Andalucía en Comunicación audiovisual**

En el ámbito de la Comunidad Andaluza, en 1989 nace la primera Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad de Sevilla, donde se imparten ya las tres licenciaturas de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. En 1992, nace la segunda Facultad de Ciencias de la Información de nuestra Comunidad autónoma, en este caso en la Universidad de Málaga donde, al igual que en Sevilla, se imparten igualmente las tres licenciaturas hasta la actualidad.

Junto a la oferta académica de las Universidades de Sevilla y Málaga, más recientemente y en la propia Comunidad Autónoma de Andalucía (curso 2004-2005), nacen dos nuevas licenciaturas de Ciencias de la Comunicación de Segundo Ciclo: 1) los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación del campus de Jerez de la Universidad de Cádiz, donde se imparte también la diplomatura de Empresariales y

Turismo, y 2) los estudios de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Granada dentro de su Facultad de Comunicación y Documentación, satisfaciéndose así de forma tardía una vieja aspiración, tanto de sus Universidades como de sus ciudades (Granada y Jerez de la Frontera) por acoger estudios universitarios oficiales de Ciencias de la Comunicación.

En este contexto, dinámico y en crecimiento del conjunto de las Ciencias de la Comunicación, queda pendiente conseguir potenciar el posicionamiento nacional e internacional de la formación en investigación en y desde Andalucía en Comunicación audiovisual. Pese a que los estudios de Ciencias de la Comunicación en Andalucía han adquirido una madurez y relevancia significativas, sigue pendiente un mayor reconocimiento para los grupos de investigación y destacados académicos de nuestros centros de estudio que mantienen vínculos y lideran proyectos innovadores de Investigación y Desarrollo, articulando relaciones institucionales con numerosas universidades europeas e iberoamericanas. Asimismo, las cuatro Facultades de Comunicación que hemos señalado, centros de estudios, son receptoras de un creciente número de estudiantes Erasmus y latinoamericanos, albergando diversos programas de Máster y Doctorado reconocidos nacionalmente por su calidad y proyección internacional.

## **5. Consolidar el espacio disciplinar propio y específico de la Comunicación audiovisual**

Tal y como ya hemos apuntado, los estudios universitarios de Comunicación audiovisual en el ámbito español tienen hasta la fecha una -indudable- corta y frágil tradición. Aunque los antecedentes a los actuales estudios universitarios de Ciencias de la Comunicación los encontramos en las Escuelas de periodismo, de radio y televisión y de publicidad que funcionaron durante el franquismo y que posteriormente desencadenaron en las actuales facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación, no sería propiamente hasta finales de la década de los ochenta del siglo pasado que, como tal, se inauguran las Licenciaturas universitarias de cinco años en Comunicación audiovisual, el único precedente de los nuevos Grados en Comunicación audiovisual adaptado al EEES. Y de hecho, no será hasta la década de los años noventa, cuando se producirá el florecimiento de las Facultades de Ciencias de la Comunicación en el conjunto de España, y sobre todo el auge de los estudios específicos de Comunicación audiovisual y de Publicidad y Relaciones Públicas, fruto de una muy importante demanda social y laboral de estas titulaciones, al amparo del simultáneo crecimiento exponencial del sector audiovisual y publicitario en nuestro país.

Esta corta tradición universitaria, y el hecho de que el campo curricular científico audiovisual se haya definido hasta la fecha como un lugar de mestizaje y cruce de numerosas otras disciplinas (todas ellas con



una tradición universitaria mucho mayor y de gran calado popular y raigambre institucional) ha dificultado sin lugar a dudas la “mayoría de edad” del campo discursivo propio y específico de la Comunicación audiovisual. Derecho, Economía, Sociología, Psicología, Historia del Arte o Lengua, por citar sólo algunos de los ejemplos evidentes, han ocupado y seguirán ocupando un lugar preponderante en los planes de estudios de Comunicación audiovisual hasta la fecha. Pese a ello, debe reclamarse que su papel, en lo que respecta a la definición de la Comunicación audiovisual como área de conocimiento específica y autónoma sea limitado y secundario.

Ahora bien, el diseño e implementación próxima de los nuevos Grados en Comunicación audiovisual debiera servir pues para potenciar y consolidar la especificidad del campo discursivo audiovisual, su solidez y fundamentos científicos en el interior de las Ciencias Sociales y Jurídicas, así como su autonomía discursiva, asentando en el interior de la Universidad española la coordinación y el liderazgo en y desde las propias Facultades y estudios de Comunicación audiovisual de todo tipo de proyectos y redes docentes y de investigación superior afines. Alcanzar, en definitiva, la madurez y autonomía científica del propio campo disciplinar.

## Referencias

- Aguaded Gómez, J. M. y Tirado Morueta, R. (2001). La situación en el mercado de trabajo de los titulados en el ámbito de la comunicación. Educaweb, obtenido el 08 de septiembre de 2009, desde dirección: <http://www.educaweb.com/esp/servicios/monografico/comunicacion/103670.asp>
- Alberich, J. y Roig, A. (Coords.) (2005). Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC.
- Bonet, M. (2006). Centralidad de la Comunicación audiovisual en el entorno digital: propuestas desde la experiencia formativa, en Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento, RUSC 3(2). Barcelona: Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya, FUOC.
- Castells, M. (2001). La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona: Editorial Areté.
- Díaz Nosty, B. (1998). Informe anual de la comunicación. Estado y tendencia de los medios en España 1997. Madrid: Grupo Zeta.
- Echeverría, J. (1999). Los señores del aire. Telépolis y el tercer entorno. Barcelona: Editorial Destino.
- Murciano, M. (Coord.) (2005). Libro Blanco de Titulos de Grado en Comunicación. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación y Calidad Universitaria, Aneca.
- Plaza Martínez, T. y Tébar Esteban, N. (2002). Licenciados de Ciencias de la Comunicación en el año 2000. Estudio encargado por el Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra (Barcelona).
- Pérez-Portabella, A., Bonet, M., Martí, J. M. (2004). El papel emergente de la comunicación audiovisual en los entornos formativos. Artículo en línea, obtenido el 08 de septiembre de 2009, desde dirección:

[http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica.php?grup=29&idioma=es&id=181](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica.php?grup=29&idioma=es&id=181)

Prado, Emili (2005). Comunicación audiovisual na era dixital: á procura de novas competencias. *Estudios de Comunicación* 3-4, pp. 63-68.

Tubella, I. et al. (2008). *Internet y Televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona: Editorial Ariel.

#### ***Cita de este artículo***

Alberich Pacual, J.; Gaurinos Selma, V. y Mañas Valle; S., (2009) Adaptación al EEES del título de grado en comunicación audiovisual y sinergias modulares comunes en las universidades públicas andaluzas. *Revista Icono14 [en línea] 25 de Octubre de 2009, N<sup>o</sup> 14*. pp. 113-130. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>