

ESCRITO DE ALEGACIONES EN RESPUESTA AL INFORME DE EVALUACIÓN DE FECHA 10-6-2014 A LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DEL GRADO EN PERIODISMO

OBSERVACIONES AL CONSEJO DE UNIVERSIDADES Y A LA COMUNIDAD AUTÓNOMA

El grado en Comunicación Audiovisual coincide en un 80% con el de Publicidad y Relaciones Públicas y el de Periodismo de la misma Universidad.

Se añaden los siguientes párrafos en la Memoria de verificación

2.3. Diferenciación de títulos dentro de la misma Universidad

Cabe señalar que los tres títulos de Comunicación que se mencionan con el mismo plan de estudios que se presenta, fueron verificados positivamente por ANECA y modificados recientemente también con informe positivo de ANECA. (Expediente número 1017/2009, Fecha: 21/03/2013)

Las titulaciones del área de Comunicación que se imparten en el CESAG, incluidas en el Libro Blanco de la ANECA, integran un número de asignaturas específicas que garantizan la diferencia en los perfiles que se fijan en dicho Libro y, por tanto, en las competencias que les son atribuidas.

Así, hay **99 créditos** de asignaturas específicas para cada uno de estos títulos, sin tener en cuenta los 18 créditos de asignaturas optativas que los alumnos pueden escoger de una oferta de 45 créditos. De estos 45 créditos, 33 son compartidos por todas las titulaciones de comunicación.

ASIGNATURAS DIFERENTES CON NÚMEROS DE CRÉDITOS

PERIODISMO		COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL		PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	
Asignaturas que sólo se imparten en Comunicación Audiovisual con sus créditos		Asignaturas que sólo se imparten en Comunicación Audiovisual con sus créditos		Asignaturas que sólo se imparten en Publicidad y Relaciones Públicas con sus créditos	
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS
Historia contemporánea y del Periodismo	6	Historia contemporánea y de los medios de comunicación	6	Historia de la Publicidad	6
Redacción periodística I	6	Modos de representación cinematográfica	6	Relaciones públicas	6
Fotoperiodismo	6	Fotografía e iluminación	6	Fotografía publicitaria	6
Narración audiovisual	6	Narración cinematográfica y	6	Narración audiovisual	6

informativa		televisiva		publicitaria	
Derecho de la información	6	Derecho de la Comunicación	6	Derecho de la Publicidad	6
Redacción Periodística II	6	Guión	6	Marketing	6
Periodismo Radiofónico	6	Producción Audiovisual	6	Creatividad Publicitaria I	6
Empresa de Comunicación informativa	6	Empresa de Comunicación	6	Empresa de Publicidad	6
Comunicación e Imagen Corporativa II	6	Dirección y Realización Audiovisual	6	Dirección de Arte	6
Periodismo Televisivo	6	Montaje y Edición Audiovisual	6	Redacción Publicitaria	6
Periodismo Especializado I	6	Públicos y Audiencias	6	Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas	6
Dirección Medios	6	Estudios sobre la Televisión	6	Medios Publicitarios e Investigación de Mercados	6
Periodismo Digital	6	Teoría e Historia del Cine	6	Publicidad Digital e Interactiva	6
Periodismo Especializado II	6	Gestión y Promoción de Contenidos Audiovisuales	6	Gestión de Cuentas	6
Community Management	6	Narrativa Interactiva	6	Creatividad Publicitaria II	6
Trabajo de Fin de Grado	6	Trabajo de Fin de grado	6	Trabajo de Fin de Grado	6
Taller de prensa	3	Cine de animación	3	Psicología y persuasión de la publicidad	3
		Taller de experimentación sonora	3		
TOTAL CRÉDITOS	99	TOTAL CRÉDITOS	102	TOTAL CRÉDITOS	99

CRITERIO 3. COMPETENCIAS

Se deben revisar las competencias propuestas. Las competencias generales CG01 y CG02 deben formularse en términos más concretos, utilizando la nomenclatura del marco común europeo de referencia para las lenguas.

Se modifican las competencias en el sentido que nos indica el informe de evaluación:

COMPETENCIAS GENERALES
CG01: Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.
CG02: Expresarse de forma básica, oral y escrita, en una lengua extranjera de acuerdo con un nivel equivalente a B2 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación una lengua extranjera para el ámbito específico de los estudios de comunicación .

Algunas de las competencias transversales (especialmente la CT01, CT02, CT11 y CT12) deben formularse igualmente de forma más específica ya que no son evaluables en su formulación actual.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT01: Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.
CT02: Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT11: Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
CT12: Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.

Por otra parte, la formulación de la CG12 parece más propia de un título en educación y la CG13 tiene una formulación excesivamente restrictiva, al circunscribir el conocimiento de los medios de comunicación a la Comunidad Autónoma.

Se modifican estas competencias en el sentido del informe:

COMPETENCIAS GENERALES
CG12: Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
CG13: Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.

Las competencias específicas CE1 y CE3 son en realidad competencias generales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE01: Crear contenidos de forma idónea utilizando los diferentes lenguajes,

géneros, formatos y especializaciones propias del Periodismo, así como los diversos soportes, tanto analógicos como digitales.

CE03: Planificar y gestionar las fases para la redacción de contenidos específicos, según sea el medio escrito, oral, audiovisual o digital

CRITERIO 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

La normativa incluye, además, un punto (el 7) sobre reconocimiento de créditos por participación en actividades culturales etc. que no tiene en cuenta las modificaciones posteriores del RD1393/2007 (en concreto el RD 861/2010).

Se modifica el punto 7 en la memoria con el siguiente texto:

*7. Los estudiantes también podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, **al menos seis créditos del plan de estudios de grado cursado.***

Se debe incluir el nivel de inglés requerido en la admisión según el marco europeo de las lenguas.

Se modifican la memoria incluyendo el nivel requerido de idiomas:

- *Para valorar el expediente académico se tendrán en cuenta las notas medias de 3º y 4º de la ESO y de Bachillerato o sus equivalentes en el caso de otras proveniencias. **El peso total del expediente académico será del 20%.***
- *En la entrevista personal, que seguirá una pauta estandarizada, se tendrán en cuenta especialmente aquellos aspectos de trayectoria académica y motivacionales que permitan valorar la adecuación de su perfil para los estudios que solicita. **Valoración total de la entrevista: 30%.***
- Las pruebas de idiomas tendrán una valoración global sobre la nota final de 50% y se realizarán las siguientes:
 - *La prueba de inglés constará de un examen escrito y se exigirá un nivel mínimo de B1*
 - *La prueba de castellano, también escrita, y donde se exigirá un nivel mínimo de B2*
 - *La prueba de catalán, escrita, con un nivel mínimo exigido de B2*

CRITERIO 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

El plan de estudios no tiene contenidos específicos suficientes que garanticen la formación específica en Periodismo. Por ejemplo, la optatividad no es real, ya que incluye un gran número de asignaturas propias de un grado de Comunicación Audiovisual y/o de Publicidad y Relaciones Públicas. Igualmente, muchas de las asignaturas obligatorias carecen de concreción suficiente para garantizar la formación específica propia de este ámbito.

La planificación de las enseñanzas se modifica en el punto 5 de la memoria en el siguiente sentido:

MÓDULO	ASIGNATURAS	ECTS	CARÁCTER
--------	-------------	------	----------

Lenguas (24 ECTS)	Lengua Castellana Escrita y Oral	6	Básico (Lengua, Arte y Humanidades)
	Llengua Catalana: Normativa i Varietat Estàndard Oral i Escrita	6	Básico (Lengua, Arte y Humanidades)
	Modelos de Uso de la Lengua Española y Catalana en los Medios de Comunicación	6	Obligatorio
	English for Communication Journalism	6	Obligatorio
Ciencias Sociales y Jurídicas (48 42 ECTS)	Historia Contemporánea y del Periodismo	6	Básico (Antropología, Ciencias sociales y Jurídicas)
	Historia del Pensamiento	6	Básico (Antropología, Ciencias sociales y Jurídicas)
	Introducción al Derecho	6	Básico (Derecho, Ciencias sociales y Jurídicas)
	Sociología de la Comunicación	6	Básico (Sociología, Ciencias sociales y Jurídicas)
	Derecho de la Información	6	Obligatorio
	Economía	6	

			Obligatorio
	Ética y Deontología de la Comunicación	6	Obligatorio
	Cristianismo y Cultura Contemporánea	6	Obligatorio
Teoría y Análisis de los Medios y Discursos Audiovisuales (36 ECTS)	Aproximación a la Comunicación Escrita y Audiovisual	6	Básico (Comunicación, Ciencias jurídicas y sociales)
	Fundamentos de la Publicidad y las Relaciones Públicas	6	Básico (Comunicación, Ciencias sociales y jurídicas)
	Fundamentos del Periodismo	6	Básico (Comunicación, Ciencias sociales y jurídicas)
	Teorías de la Comunicación	6	Obligatorio
	Teoría de la Imagen	6	Obligatorio
	Narración Informativa Audiovisual	6	Obligatorio
	Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual	Estructura del Sistema Mediático	6

(42 ECTS)			
	Empresa de Comunicación Informativa	6	Obligatorio
	Cultura digital	6	Obligatorio
	Comunicación e Imagen Corporativa	6	Obligatorio
	Comunicación e Imagen Corporativa II	6	Obligatorio
	Dirección de Medios	6	Obligatorio
	Community Management	6	Obligatorio
Tecnología y Procesos Creativos (18 ECTS)	Tecnología de la Información y la Comunicación	6	Básico (Comunicación, Ciencias sociales y jurídicas)
	Fotoperiodismo Fotografía e Iluminación	6	Obligatorio
	Identidad Visual y	6	Obligatorio

	Diseño Gráfico		
Comunicación Periodística (36 42 ECTS)	Redacción Periodística I	6	Obligatorio
	Redacción Periodística II	6	Obligatorio
	Periodismo Radiofónico	6	Obligatorio
	Periodismo Televisivo	6	Obligatorio
	Periodismo Digital	6	Obligatorio
	Periodismo Especializado I	6	Obligatorio
	Periodismo Especializado II	6	Obligatorio
Formación Complementaria y Talleres (18 ECTS a elegir de la oferta de 60 45 ECTS)	Relaciones Públicas	3	Optativo
	Protocolo y Organización de Eventos	3	Optativo
	Psicología de la Persuasión y la Publicidad	3	Optativo
	Laboratorio de Contenidos Digitales	3	Optativo
	Videojuegos	3	Optativo
	Comunicación y educación	3	Optativo
	Documental y otras Formas de no Ficción	3	Optativo
	Taller de Prensa	3	Optativo

	Taller de Radio	3	Optativo
	Taller de Televisión	3	Optativo
	Taller de Animación	3	Optativo
	Taller de Guión de Ficción	3	Optativo
	Taller de Guión de no Ficción	3	Optativo
	Taller de Locución	3	Optativo
	Ficción Televisiva	3	Optativo
	Instituciones Políticas y Culturales de las Islas Baleares	3	Optativo
	Deporte y Medios de Comunicación	3	Optativo
	Taller de Experimentación Sonora	3	Optativo
	Comunicación Religiosa	3	Optativo
	Músicas y Culturas audiovisuales contemporáneas	3	Optativo
Prácticum (12 ECTS)	Prácticum	12	Prácticas Externas
Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)	Trabajo Fin de Grado	6	Trabajo Fin de Grado

CRITERIO 6. PERSONAL ACADÉMICO

Debe especificarse claramente el personal disponible para la titulación así como su dedicación a este grado en particular, indicando el porcentaje de dedicación al mismo

	TIEMPO COMPLETO		TIEMPO PARCIAL	
	100% de dedicación al Título	50% de dedicación al Título	100% de dedicación al Título	50% de dedicación al Título
Dpto. Ciencias de la Comunicación	5	2	4	1

Dpto. Ciencias Sociales y jurídicas		2	1	3
Dpto. Lenguas	1	3		

Debe igualmente corregirse el cálculo de cuantos profesores harían falta para impartir los 240 créditos del Grado (que consiste en dividir estos 240 créditos por el número de créditos de dedicación de un profesor) ya que dicho cálculo presupone que cualquier profesor puede impartir cualquier materia, con independencia de su especialización.

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS	Dpto de adscripción	Porcentaje
Formación básica	60	Ciencias Comunicación	40%
		Ciencias Sociales y Jurídicas	40%
		Lenguas	20%
Obligatorias	144	Ciencias Comunicación	70%
		Ciencias Sociales y Jurídicas	17%
		Lenguas	13%
Optativas	18	Ciencias Comunicación	73%
		Ciencias Sociales y Jurídicas	20%
		Lenguas	7%
Prácticas externas	12		
Trabajo fin de grado	6		
Total	240		

~~Considerando que hay un grupo de 60 alumnos y que un profesor a jornada completa, siempre de acuerdo con el XIII Convenio Colectivo de ámbito estatal para Centros de Educación Universitaria e Investigación puede asumir entre 24 y 30 créditos de formación al año. Por tanto, para estos 240 créditos, harían falta 8 profesores a jornada completa o su equivalente a jornada parcial. La disponibilidad de profesorado nos permite, por tanto, desdoblar los grupos y aligerar la tarea docente del profesorado para dedicarse a la investigación.~~

Puede observarse como la proporción de dedicación del Departamento de Ciencias de la Comunicación es significativamente superior a la de los otros Departamentos correspondiendo esta proporción a la carga en créditos de las materias de la Titulación. Los profesores de este Departamento con dedicación completa y parcial asumen el 60% de las asignaturas de la titulación así como el Prácticum y algunas de las asignaturas optativas. Muchos de los TFG son dirigidos por los profesores de este Departamento.

Los profesores del Departamento de Lenguas asumen más o menos un 15% de la carga docente de la Titulación, las asignaturas del Módulo de Lenguas y algunas de las materias

básicas de la titulación. También dirigen los Trabajos de Fin de Grado adscritos a su Departamento.

Los profesores del Departamento de Ciencias sociales y Jurídicas asumen un 25% de la carga docente de la Titulación en materias básicas, del Módulo de Ciencias Sociales y jurídicas, de Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual y algunas optativas. Dirigen también los TFG adscritos a su Departamento.

RECOMENDACIONES

CRITERIO 8. RESULTADOS PREVISTOS

En las estimaciones de indicadores de resultados previstos, se recomienda justificar la procedencia de los datos aportados.

Se modifica la memoria en los siguientes términos:

El cálculo de los indicadores del título Grado en Comunicación Audiovisual, se han elaborado sobre la base de los datos recogidos de la titulación que con anterioridad se impartía en el CESAG desde el curso 2005-06 Licenciatura y 2009-10 Graduado/a.

Basados en datos históricos y tendencias observadas en la titulación se ha realizado las estimaciones que se presentan. Dichos datos han sido proporcionados por el Servicio de Calidad y Estadística de la Universidad de las Islas Baleares a la cual el Centro se encontraba adscrito en su momento.

8.1. Estimación de valores cuantitativos

Tasa de graduación	70%.
Tasa de abandono	15%
Tasa de eficiencia	70%

JUSTIFICACIÓN

2.1. Justificación, Adecuación de la propuesta y Procedimientos

2.1.1. Interés académico, científico o profesional del mismo

Antecedentes

El Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez, CESAG, tiene sus orígenes en la primera Escuela Normal de Maestras de Baleares cuya dirección fue encomendada a Cayetana Alberta Giménez fundadora de la Congregación de religiosas Pureza de María Santísima.

En 1973 obtiene la autorización para impartir el Plan de Estudios de las Escuelas Universitarias de Profesorado de EGB, pasando a denominarse Escuela Universitaria de Formación del Profesorado de Educación General Básica Alberta Giménez. (Orden de 27 de julio de 1973, BOE nº 244 de 11 de octubre de 1973). Estuvo adscrita a la Universidad de Barcelona desde entonces y, en 1978, coincidiendo con al fundación de la Universitat de les Illes Balears, firma un convenio de adscripción con dicha Universidad.

Desde el curso 2005-2006, el centro se denomina Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG) (DECRETO 95/2005 de 9 de septiembre. BOIB nº 138 de 17 de septiembre de 2005) impartándose en él, además de las mencionadas titulaciones de Magisterio, las licenciaturas de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Desde el curso 2009/10 se imparten las titulaciones oficiales de grado de Educación Infantil, Educación Primaria, Periodismo y Comunicación Audiovisual. En el curso 2013/14 se inicia la impartición del grado oficial de Publicidad y Relaciones Públicas.

En febrero de 2014 se firma un convenio de adscripción con la Universidad Pontificia Comillas. Este cambio de adscripción es el motivo por el cual se presenta de nuevo a la ANECA la memoria de verificación de Comunicación Audiovisual (o Periodismo, o Publicidad y Relaciones Públicas) que no presenta cambios sustanciales respecto a la aprobada en el año 2013 permaneciendo el punto 5 (plan de estudios) y puntos 6 y 7 (recursos personales y materiales) inalterados y todos los demás adaptados a la nueva adscripción.

Los antecedentes españoles a los actuales estudios superiores en comunicación, en cualquiera de las ramas, los encontramos en las Escuelas de Periodismo, de Radio y Televisión y de Publicidad que funcionaron durante el franquismo y que, posteriormente, dieron lugar a las actuales Facultades de Ciencias de la Información o de la Comunicación, según las dos denominaciones vigentes existentes.

En el año 1971, por Decreto del Ministerio de Educación y Ciencia (al amparo de la Disposición transitoria segunda de la Ley General de Educación que reconocía el acceso de los estudios de Periodismo y demás Medios de Comunicación a la Universidad), fueron creadas las primeras Facultades de Ciencias de la Información: Facultades de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Además, también se

reconoció oficialmente la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra.

En la década de los ochenta se fundaron la Facultad de Ciencias de la Información del País Vasco (1981); la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Pontificia de Salamanca (1988); la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad de La Laguna (1988), y la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad de Sevilla (1989).

Ya en la década de los noventa, y con el reconocimiento de las universidades privadas, se ponen en marcha estudios de periodismo, de comunicación audiovisual y de publicidad en universidades como CEU San Pablo, Antonio de Nebrija de Madrid o Ramon Llull de Barcelona.

A partir del año 2000 de las 17 comunidades que conforman el Estado Español, 11 cuentan con centros en los que se ofertan estudios de comunicación: Cataluña (11), Madrid (8), Comunidad Valenciana (5), Castilla León (5), Galicia (3), Andalucía (2), Murcia (2), País Vasco (1), Navarra (1), Extremadura (1) y Canarias (1). En los últimos años a esta oferta se añaden centros en Aragón y Asturias. Y, en Baleares y desde el año 2005, el Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez imparte las licenciaturas de Periodismo y Comunicación Audiovisual, convertidas en estudios de grado desde 2009.

La estructuración de los estudios de comunicación, en el periodo de 30 años que llevan de existencia en España, se ha caracterizado, de forma simplificada, por dos ciclos:

- En primer lugar, una época inicial en la que se impartía la enseñanza de una forma global, abarcando tanto periodismo como otras formas de comunicación bajo la denominación de Ciencias de la Comunicación.
- En una segunda época, mucho más reciente, la eclosión de la comunicación de masas, primero derivada de la extensión y proliferación de cadenas de televisión y, posteriormente, por la irrupción de Internet, llevaron a la mayor parte de las universidades a especializar sus enseñanzas fundamentalmente en tres áreas: Periodismo por un lado, basada en la por entonces respetable tradición académica; en segundo lugar, Publicidad y Relaciones Públicas y, finalmente, en un terreno más amplio y heterogéneo, la Comunicación Audiovisual, abarcando desde los estudios de audiencia, el negocio de la comunicación audiovisual, hasta las técnicas específicas de cada una de las actividades incluidas en esta rama profesional.

En 2009, el CESAG, en cumplimiento de la disposición de adhesión de España al Espacio Europeo de la Educación Superior, solicita la autorización para impartir los grados en Comunicación Audiovisual y Periodismo, respectivamente, como dos titulaciones separadas -respondiendo a lo que era una norma en relación al mercado- que, sin embargo, por razones históricas comparten muchas áreas.

Al mismo tiempo, nuevos fenómenos sociales han ido desarrollándose a nivel mundial, lo que ha supuesto una evolución de la situación de estas especialidades educativas.

En primer lugar, la implementación de lo que se conocen como 'culturas digitales', las formas de ejecutar la comunicación vinculadas a Internet, se han desarrollado más intensamente en la primera década de este siglo, con lo que se han podido apreciar nuevos fenómenos.

En segundo lugar, asociado con ese cambio cultural derivado de la incorporación de Internet, se detecta un reposicionamiento de las prácticas de la comunicación, con algunas características destacables: una ampliación del radio de acción de los medios de comunicación que ahora adquieren características globales; una fragmentación de las audiencias; una confusión entre la audiencia y el productor de contenidos; la convergencia de varias plataformas en una (radio, televisión y textos confluyen en la red, creando nuevos patrones de comunicación).

De esta forma, las fronteras que se habían ido definiendo con notable precisión entre lo que era un periodista y un comunicador audiovisual empiezan a perder relevancia: hoy el periodismo en la red empieza a necesitar de conocimientos en todas las plataformas, dada la convergencia que se ha descrito; y un comunicador audiovisual empieza a integrarse en un proceso en el que las fronteras con el periodismo, entendido como un modo de estructurar la comunicación se diluyen y pierden relevancia.

Simultáneamente, el CESAG ha estado siguiendo la evolución del mercado laboral al que se incorporan los estudiantes y aprecia, fundamentalmente como consecuencia del seguimiento que se lleva a cabo a través de la organización de ex-alumnos, que los límites prácticos entre las dos especialidades tradicionales de la comunicación también se borran en nuestros mercados, de forma que perfiles como el de 'community manager' emergen con fuerza y son tan propios de periodistas (más centrados en el contenido) como de comunicadores audiovisuales (normalmente centrados en la forma o, si en el contenido, con una agenda diferente a la de los periodistas).

Desde el punto de vista científico, la comunicación se ha consolidado como campo de investigación pluridisciplinar en Ciencias Sociales, abarcando, desde esa perspectiva, una amplia variedad de fenómenos sociales, culturales y tecnológicos: desde la inmigración, hasta las políticas de género, pasando por el uso de las TIC en distintos contextos socioculturales, contenidos que son comunes a toda la rama de conocimiento.

La importancia económica y sociocultural de la comunicación se traduce también en una importante presencia en los centros universitarios de todo el mundo, y por descontado Europa. Las universidades más importantes de nuestro entorno cercano tienen departamentos de comunicación en los que no sólo se prepara a los estudiantes para el ejercicio profesional de las distintas profesiones vinculadas a la comunicación, sino que actúan también como centros de investigación altamente especializada. Como ejemplo puede citarse el prestigioso Goldsmiths College de la Universidad de Londres que ofrece hasta cinco títulos de grado directamente relacionados con la comunicación, con amplias zonas de coincidencia entre ellos y sólo una parte especializada.

Los centros referentes se han utilizado como propiciadores de enfoques del modelo de titulación propuesta. En el caso de la Universidad Católica de Lovaina y de Saint Mary's College de Londres, se ha utilizado como referente a la hora de estructurar los enfoques, aunque se han adoptado también algunos otros puntos de vista de otros centros. En el caso de los métodos de enseñanza, de evaluación y parte de los contenidos, se ha

utilizado fundamentalmente el modelo de Goldsmiths College de la Universidad de Londres y la de Saint Andrews, en Escocia. En todo caso, estos referentes marcan algunos puntos del enfoque.

Ya en el terreno local, el contexto de las Islas Baleares, citar el Pla de Ciència, Tecnologia i Innovació de 2005 a 2008 y, más reciente, de 2009 a 2012, que hablan de la "tercera misión" de la Universidad (p. 57) y que engloba todas aquellas actividades relacionadas con la generación, el uso, la aplicación y la explotación, fuera del ámbito académico, del conocimiento y de otras capacidades. El CESAG entiende que la formación de graduados en Periodismo y Comunicación Audiovisual no es una actividad exclusivamente académica, sino que debe ir en la dirección apuntada en dicho Pla; es decir, hacia la formación de expertos que puedan actuar en los distintos sectores implicados en la Comunicación, por ejemplo, el de la creación de empresas innovadoras (p. 66). No cabe duda que en muchas ocasiones este tipo de empresas pertenecen al sector de la comunicación y aspectos como la gestión de información en soportes interactivos o la gestión de empresas de la comunicación o del entretenimiento son partes fundamentales del título de grado que se propone.

En esta línea, el Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación de las Islas Baleares (2013-2017), gestionado desde la Dirección General de Universidades, Investigación y Transferencia del Conocimiento, ya establece como una de las áreas estratégicas para los próximos años la industria de contenidos digitales¹. El CESAG puede contribuir a la consolidación de las industrias culturales y creativas potenciando la creación de conocimiento de contenidos digitales, así como la producción científica del área.

Por estas razones, intentando incorporar lo que implica la convergencia del mundo online, respondiendo al reto de formar para la innovación con mayor nivel de interactividad entre las ramas del conocimiento, procurando facilitar la polifuncionalidad de los nuevos profesionales de estas áreas, atendiendo a las nuevas necesidades de un mercado en profunda evolución, el CESAG presenta un nuevo plan de estudios de las titulaciones de Periodismo y de Comunicación Audiovisual en las que, por un lado incorpora una amplia actualización de los contenidos digitales que están emergiendo y que conforman la columna vertebral del futuro de la comunicación, con tres cuartas partes de los créditos comunes, y manteniendo a la vez la formación específica de cada una de estas ramas, con una cuarta parte de los créditos específicos. De esta forma, se favorece la consolidación de los elementos cruzados de las dos titulaciones y se permite a los estudiantes que, añadiendo un curso más a su formación, puedan acceder a la doble titulación.

Las competencias a través de las cuales se alcanzarán los objetivos que se desglosan más adelante han sido diseñadas a partir de las indicaciones recogidas en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación de la ANECA.

Como resultado adicional, sería posible impartir en Baleares, por primera vez, una o dos dobles titulaciones en la rama de Comunicación.

2.1.2. Normas reguladoras del ejercicio profesional

¹ Ver <http://pla.rtcib.org/> y <http://pla.rtcib.org/PlaCTI2013-2017.pdf>.

Es una profesión no regulada.

2.2. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios

Referentes externos

Los estudios de Periodismo, como elemento central de la comunicación social, no poseen, salvo en contados casos, una larga trayectoria en Europa y su implantación en los centros académicos de enseñanza superior es más bien reciente. En algunos centros universitarios, tal es el caso de Alemania, la investigación en el campo de la comunicación social goza de mayor tradición que la formación de los futuros profesionales, aunque ésta se ha venido desarrollando con mayor intensidad desde las dos últimas décadas.

En este sentido, puede afirmarse que los estudios de comunicación en España tienen una tradición, experiencia y solidez investigadora, académica y profesional que convierten el modelo universitario español en referencia para otros países europeos.

En Italia, Francia y Portugal han iniciado a partir de los años 90 modelos similares al desarrollado por la universidad española. Algunas titulaciones generales europeas (se haya procedido o no a su adaptación a Bolonia) contemplan itinerarios o especialidades en áreas como el “Periodismo”, la “Publicidad”, las “Relaciones Públicas”, la “Comunicación Audiovisual”, el “Cine”, la “Comunicación Institucional y Empresarial”, etc., que, en algunos casos, forman títulos independientes dentro del programa general. Lo que constituye, en cierto modo, una evolución encubierta hacia la diversificación de los estudios de comunicación. En otras situaciones esta separación ya se ha dado, aunque sin que ello implique la extinción de las enseñanzas antiguas.

Así, en un mismo país, ante la ausencia de titulaciones oficiales (sólo presentes en Francia e Italia), existen simultáneamente titulaciones de grado tanto generales como específicas. El hecho más llamativo es el del Reino Unido donde los estudiantes pueden elegir entre una amplia gama de formación en el campo de la comunicación: “Communication Studies”, “Media Communications”, “Media Studies”, “Media Production”, “Media Practice”, “Newspaper Journalism”, “Broadcast Journalism”, “Sports Journalism”, “Medical Journalism”, “Film Studies”, “Televisión Studies”, “Radio Production”, “Creative Writing”, “Animation”, “Advertising”, “Public Relations”, etc. Con el agravante de que esta misma enseñanza, al menos en su denominación, se repite en el nivel de posgrado.

Las titulaciones de grado deben diseñarse, pues, -como así lo hemos hecho- teniendo muy presente el perfil, las competencias y las destrezas profesionales que necesitan adquirir los futuros titulados. Además, no se podrán establecer títulos cuyos contenidos y efectos profesionales sean coincidentes, por lo que cada uno deberá remitir en exclusiva a una determinada condición profesional, utilizando los elementos comunes en la forma más coherente posible. Será preciso, por lo tanto, conocer y concretar qué es un periodista, un publicitario, un profesional de las relaciones públicas, del periodismo, etc. Todos son comunicadores sociales, pero no todos hacen las mismas cosas ni

comparten idénticas funciones comunicativas (que pueden ser parecidas pero no semejantes), y por ello requieren igualmente preparaciones académicas específicas, correctamente diferenciadas. Este planteamiento que parece abrirse lentamente paso en el continente europeo, se está realizando de manera desigual entre los distintos países y, lo que es más preocupante, sin la debida uniformidad en el interior de los mismos estados (salvo escasas excepciones). Así, por citar un ejemplo, en Francia (donde existen titulaciones oficiales) encontramos para el novedoso escenario del EEES un título de grado en “Información y Comunicación”, que puede contemplar o no (según desee la universidad) especializaciones en “Periodismo”, “Publicidad”, “Comunicación Audiovisual y Multimedia”, “Comunicación de Empresas”... (que cada centro decide libremente), que luego conforman a su vez títulos de posgrado separados.

Ante esta realidad, es lógico preguntarse qué formación será la que prepare a los futuros periodistas, publicitarios, comunicadores audiovisuales: una formación general o específica, de grado o posgrado.

Entre los países que ya han implantado (o están a punto de hacerlo) el nuevo EEES, tampoco existe igualdad en cuanto a la estructura de las enseñanzas. De este modo, Alemania, Francia e Italia han optado mayoritariamente por un grado de 180 ECTS y un posgrado de 120 ECTS, mientras que Lituania aplica un Bachelor de 240 ECTS y un Máster de 90 ó 120 ECTS. Por su parte, Eslovaquia y la República Checa permiten que el Bachelor oscile entre los 180 y los 240 ECTS (en función del área de conocimiento y el criterio de las universidades), y un Máster que, de igual forma, puede fluctuar entre 60 y 120 ECTS (de acuerdo con la duración del Bachelor correspondiente).

El proceso de convergencia educativa que se está llevando a cabo en el seno de la UE busca desarrollar títulos comunes o equivalentes (si no iguales al menos sí fácilmente compatibles y comparables) que disminuyan, o incluso con el tiempo hagan desaparecer, las trabas actuales en lo que a las distintas exigencias formativas de los profesionales se refiere, con el objetivo de impulsar su libre circulación entre los diferentes países miembros. Además de desarrollar programas de intercambio educativo realmente coherentes y eficaces. Sin embargo, y en lo que respecta a los profesionales del ámbito de la comunicación social, las diferencias que hemos constatado nos invitan a ser prudentes en el logro a corto plazo de este propósito. Ya que para ello, además de la similitud formal de las enseñanzas también sería indispensable una aproximación de su denominación y contenido, tanto más complicadas cuando las tecnologías y las culturas que abarcan estas prácticas están en variaciones constante y más intensa que nunca.

En España, hace años que el Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad y las Relaciones Públicas alcanzaron su mayoría de edad al establecerse su propia titulación universitaria (aunque comparten numerosas asignaturas, precisamente aquellas que remiten al tronco común del cual parten: las Ciencias de la Comunicación y la Información). Esta circunstancia que –como hemos indicado– se desarrolla de manera desigual en el resto de países de la UE, se consolidará con el tiempo (o, al menos, es lo deseable) con el propósito de responder a las actuales demandas comunitarias. Esto significará la superación de los comúnmente implantados estudios genéricos de Comunicación Social al carecer de un perfil profesional aceptable hoy en día, y por lo tanto adecuado a las necesidades sociales.

Podría plantearse la cuestión de si hubiera sido posible seguir ofreciendo en pleno siglo XXI la formación de comunicadores generalistas que igual podrían hacer de periodistas, de relaciones públicas, de publicitarios, de productores de programas audiovisuales, de guionistas de ficción, etc. En nuestra opinión, que es la mayoritaria en nuestro ámbito, entendemos que no, por lo que el modelo español que diferencia estas titulaciones tiene parte del camino recorrido y su adaptación a un modelo común europeo será menos costosa.

Por todo ello, se han tenido en cuenta aquellas experiencias europeas, que a nuestro criterio tienen una mayor similitud con las tradiciones de los estudios de periodismo de nuestras Universidades.

Para la elaboración de la presente propuesta se han tenido en cuenta algunos planes de estudios de universidades europeas e internacionales y españolas como las Universidades de La Laguna, Carlos III de Madrid, entre las públicas; o Ramon Llull de Barcelona, Antonio de Nebrija de Madrid, entre las privadas.

En cuanto a las universidades europeas, se ha tenido en cuenta la experiencia de universidades británicas y del norte de Europa:

Universidades Católicas:

- **Universidad Católica de Lovaina** (Bélgica): Baccalauréat en Information et Communication;
- **Radboud University de Nimega** (Holanda): Bachelor in Cultural Studies, Communication Science y Communication and Information Studies;
- **Saint Maryís College** (Londres). Programme in Journalism, Media Arts y Cultural Studies;
- **Leeds Trinity All Saints College** (Leeds). Journalism y Media Arts (Centro Católico adscrito a la Universidad de Leeds).
- **Universidad Pontificia Salesiana de Roma**. Laurea in scienze delle comunicazione sociale
- **Università Cattolica del Sacro Cuore Milano**. Laurea in scienze della comunicazione e dello spettacolo.
- **Universidade Católica Portuguesa (Lisboa, Porto)**
- **Université Catholique de l'ouest (Angers, Francia)**

Universidades Públicas:

- **Universiteit van Amsterdam** (Holanda). Bachelor in Communicatiewetenschap;
- **Université La Sorbonne Nouvelle, Paris III** (Francia): Licence en Information et Communication y Cinéma et audiovisuel;
- **Goldsmiths College, University of London** (Reino Unido): Undergraduate in Media and Communication Studies;
- **University of Saint Andrews** (Escocia): Programme in Media and Communication;
- **University of Copenhagen** (Dinamarca). Programme in Film and Media Studies.

2.2.1. Descripción de los procedimientos de consulta internos

El proceso de elaboración de este plan de estudios tiene dos fases:

En primer lugar, el plan de estudios original, aprobado en su momento, el cual deriva en gran parte de la propuesta realizada por la mayoría de facultades (tanto de universidades públicas como privadas) plasmada, por un lado, en el Libro Blanco de los Estudios de Comunicación de la ANECA; y, por otro lado, por las sugerencias recogidas en las distintas reuniones de la Conferencia de Decanos de Facultades de Comunicación realizadas a lo largo de los años 2006 y 2007 y a las que asistió un miembro del Equipo de Dirección del Centro. Debe señalarse que tanto en el citado Libro Blanco como en las posteriores reuniones de la Conferencia de Decanos se elabora un acuerdo marco que contiene los criterios básicos para la elaboración de los planes de estudio de los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad. Este acuerdo marco partía, entre otras, de las siguientes informaciones preliminares:

- Censo de los Departamentos de Comunicación de las Universidades Españolas
- Número de titulados desde 1999 hasta 2004
- Número de profesores de cada uno de los centros
- La situación del sector profesional hasta 2004

La Conferencia de Decanos adoptó como presupuesto de partida que la validación de las competencias de los Títulos de Grado en Comunicación se realizaría a partir de la configuración desagregada de las titulaciones existentes en el momento del inicio del estudio. Esta postura se tomó en función de dos grandes aspectos: por un lado la evolución de los estudios en comunicación para adaptarse a un entorno en constante cambio; y por otro, a la demanda profesional diferenciada de las titulaciones, en este caso, Periodismo y Comunicación Audiovisual. Siguiendo esta premisa, se establecieron las competencias de cada una de las titulaciones. Para ello, se realizó una encuesta, que se distribuyó en la práctica totalidad de los Centros, entre los diferentes colectivos implicados: alumnado, profesorado, gestores universitarios y profesionales. Como se explica más adelante, los resultados de esta encuesta (que aparecen en el Libro Blanco) fueron interpretados por las Comisiones implicadas en la elaboración del Plan de Estudios según la realidad académica y profesional de la Comunidad Autónoma.

A partir de este material, el proceso de trabajo para la presentación del título de Grado en Periodismo se organizó a nivel de Centro. Así, el 9 de abril de 2008 se constituye la comisión para la elaboración de la propuesta del título de grado de Periodismo. Este trabajo se organiza en subcomisiones: una para la elaboración de los apartados de introducción, justificación, objetivos y planificación de las enseñanzas; y otra para la elaboración de los apartados de acceso y admisión de estudiantes, personal académico, recursos materiales y servicios, resultados previstos, sistema de garantía de calidad del título y calendario de implantación. Estas subcomisiones se reúnen semanalmente.

En las subcomisiones para la elaboración de los apartados 1, 2, 3 y 5 se inicia el trabajo con la elaboración conjunta de competencias generales de todos los titulados universitarios del centro. Las reuniones son conjuntas hasta que se aprueban estas competencias en fecha 30 de abril de 2008. El 20 de mayo de 2008 se aprueban las competencias específicas de la titulación y se inicia el trabajo de elaboración de la propuesta de planificación de las enseñanzas.

Paralelamente se ha trabajado en la consulta con agentes internos:

1. Alumnos: desde el área de calidad e innovación se realiza cuatrimestralmente un cuestionario de satisfacción del alumnado respecto a la organización de la enseñanza, el

plan de estudios y su estructura y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

2. Departamentos: reuniones con representantes de los diferentes departamentos para aportar sugerencias en relación con la propuesta de planificación de la enseñanza.

El CESAG ha creado una Comisión de Elaboración y Diseño del Plan de Estudios, que ha trabajado bajo la coordinación y supervisión de la dirección del CESAG. Siguiendo el artículo cinco de la citada normativa, la Comisión, formada por cinco profesores del Departamento de Ciencias de la Comunicación, el responsable del Área de Calidad e Innovación del centro, la Jefa de Estudios de Comunicación, un representante de los estudiantes, un representante del PAS (Personal de Administración y Servicios) y la Directora, se ha reunido periódicamente y ha realizado una propuesta de formación que, de acuerdo con la guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos oficiales universitarios de ANECA, está “diseñada de forma coherente y coordinada, tomando en consideración la dedicación de los estudiantes y las competencias a adquirir” (p. 31).

El CESAG lleva a cabo desde su constitución un seguimiento de las titulaciones en comunicación que tiene operativas. En ese sentido, periódicamente la Comisión de Control de Calidad de los grados de Periodismo y Comunicación analiza los siguientes indicadores:

- Inserción de los estudiantes en el mercado laboral
- Razones para escoger estudios de Periodismo o de Comunicación Audiovisual
- Razones para estudiar Periodismo o Comunicación Audiovisual en el CESAG
- Valoración de los estudios cursados en el CESAG, en los grados de comunicación.

En abril de 2011, el CESAG constituyó una comisión de especialistas que ha estado estudiando el mercado, la demanda, la oferta, los estudios que están disponibles, para avanzar en la modificación, si fuera oportuna, de la titulación.

La decisión de proponer la modificación de esta titulación no se hubiera producido si el CESAG no tuviera hoy una experiencia acumulada de ocho generaciones de estudiantes de Comunicación, si no hubiera creado unos grupos sólidos de profesores especialistas y si no se hubiera ido produciendo con éxito una adaptación a las exigencias del EEES, que permitieran prever que la titulación tendrá garantías de éxito.

2.2.2. Descripción de los procedimientos de consulta externos

Las licenciaturas en Periodismo y Comunicación Audiovisual se impartieron en Baleares desde 2005, con unos planes de estudio que databan de ese mismo año. Los estudios de grado fueron creados en 2009, completándose en 2012. Los primeros estudiantes saldrán al mercado en un año. Para la elaboración de los diferentes planes de estudios, así como para la presente actualización, la Comisión de Elaboración y Diseño del Plan de Estudios del CESAG ha desarrollado diferentes procesos de consulta externos. En primer lugar, se ha revisado la bibliografía y documentación pública disponible: informes de asociaciones de productoras, anuarios de las empresas del sector, dossiers de actividad, etc. El CESAG ha colaborado activamente en algunas

iniciativas que han ayudado a detectar las claves del sector, como el Observatorio de Usos y Consumo de Contenidos Digitales, elaborado conjuntamente con el Cluster Audiovisual de les Illes Balears. Por otro lado, el contacto constante del equipo encargado de la orientación laboral de los estudiantes, en constante contacto con las empresas en la que los estudiantes llevan a cabo sus prácticas (más de una veintena de diferentes empresas) ha proporcionado un importante *feedback* que ha permitido detectar demandas, tendencias comunes y necesidades del sector.

A nivel académico, se han realizado visitas a centros universitarios similares al CESAG y se ha recibido a profesores de universidades con larga trayectoria en estudios de comunicación. Las entrevistas con docentes de la Universidad Jaume I, la Universitat Ramon Llull o la Universitat Autònoma de Barcelona han ayudado al diseño de la Titulación y del Plan de Estudios.

Además, el CESAG ha consultado durante este año a decenas de empresas de comunicación, a una asociación de ex-alumnos de Comunicación que opera en el ámbito del CESAG, con los que se tiene una relación fluida.

También se realizaron una serie de contactos y entrevistas con agentes externos, cuya opinión ha servido para configurar el diseño del plan de estudios. Son los siguientes:

- Consultas al Libro Blanco, especialmente para elaborar la planificación.
- Estudio de salidas profesionales de los estudios de Comunicación Audiovisual. Análisis de la inserción laboral y ofertas de empleo. Análisis del mercado local.
- Conferencia de Decanos y Directores de Comunicación

Una vez elaborados los apartados “Descripción del título”, “Justificación”, “Objetivos”, y “Planificación de la enseñanza” el Gabinete de Comunicación del Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez se ha encargado de la difusión del documento por vía telemática a fin de que desde los diferentes grupos de interés se puedan aportar alegaciones dirigiéndolas a la Directora Titular del CESAG.

2.3. Diferenciación de títulos dentro de la misma Universidad

Cabe señalar que los tres títulos de Comunicación que se mencionan con el mismo plan de estudios que se presenta, fueron verificados positivamente por ANECA y modificados recientemente también con informe positivo de ANECA.(Expediente número 1017/2009, Fecha: 21/03/2013)

Las titulaciones del área de Comunicación que se imparten en el CESAG, incluidas en el Libro Blanco de la ANECA, integran un número de asignaturas específicas que garantizan la diferencia en los perfiles que se fijan en dicho Libro y, por tanto, en las competencias que les son atribuidas.

Así, hay **99 créditos** de asignaturas específicas para cada uno de estos títulos, sin tener en cuenta los 18 créditos de asignaturas optativas que los alumnos pueden escoger de

una oferta de 45 créditos. De estos 45 créditos, 33 son compartidos por todas las titulaciones de comunicación.

ASIGNATURAS DIFERENTES CON NÚMEROS DE CRÉDITOS

PERIODISMO		COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL		PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	
Asignaturas que sólo se imparten en Comunicación Audiovisual con sus créditos		Asignaturas que sólo se imparten en Comunicación Audiovisual con sus créditos		Asignaturas que sólo se imparten en Publicidad y Relaciones Públicas con sus créditos	
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS
Historia contemporánea y del Periodismo	6	Historia contemporánea y de los medios de comunicación	6	Historia de la Publicidad	6
Redacción periodística I	6	Modos de representación cinematográfica	6	Relaciones públicas	6
Fotoperiodismo	6	Fotografía e iluminación	6	Fotografía publicitaria	6
Narración audiovisual informativa	6	Narración cinematográfica y televisiva	6	Narración audiovisual publicitaria	6
Derecho de la información	6	Derecho de la Comunicación	6	Derecho de la Publicidad	6
Redacción Periodística II	6	Guión	6	Marketing	6
Periodismo Radiofónico	6	Producción Audiovisual	6	Creatividad Publicitaria I	6
Empresa de Comunicación informativa	6	Empresa de Comunicación	6	Empresa de Publicidad	6
Comunicación e Imagen Corporativa II	6	Dirección y Realización Audiovisual	6	Dirección de Arte	6
Periodismo Televisivo	6	Montaje y Edición Audiovisual	6	Redacción Publicitaria	6
Periodismo Especializado I	6	Públicos y Audiencias	6	Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas	6

Dirección Medios	6	Estudios sobre la Televisión	6	Medios Publicitarios e Investigación de Mercados	6
Periodismo Digital	6	Teoría e Historia del Cine	6	Publicidad Digital e Interactiva	6
Periodismo Especializado II	6	Gestión y Promoción de Contenidos Audiovisuales	6	Gestión de Cuentas	6
Community Management	6	Narrativa Interactiva	6	Creatividad Publicitaria II	6
Trabajo de Fin de Grado	6	Trabajo de Fin de grado	6	Trabajo de Fin de Grado	6
Taller de prensa	3	Cine de animación	3	Psicología y persuasión de la publicidad	3
		Taller de experimentación sonora	3		
TOTAL CRÉDITOS	99	TOTAL CRÉDITOS	102	TOTAL CRÉDITOS	99

3. COMPETENCIAS

Las competencias y los objetivos descritos a continuación se han diseñado de acuerdo con las indicaciones del Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación elaborado por ANECA.

La titulación de grado en Periodismo tiene como objetivo fundamental formar profesionales que puedan incorporarse al mercado laboral y llevar a cabo tareas en función de los perfiles profesionales que siguen:

1. Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte: creación de contenidos periodísticos en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico y diseño; escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia como redactor, reportero, presentador o director.
2. Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional y empresarial: coordinación o ejecución de cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo como miembro de un gabinete de prensa o comunicación de una institución pública o privada, así como la gestión de la imagen corporativa.
3. Investigador/a, docente y consultor de comunicación: investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, asesoramiento, consultoría y mediación y docente en enseñanzas superiores y medias en materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
4. Gestor/a de portales y editor/a de contenidos: redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas. Tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos por medio de sistemas preferentemente digitales.

Para todo ello, los objetivos del Título de Grado de Periodismo serán:

- Conocer, racional y críticamente, el presente y comprender la sociedad actual para poder transmitirla de forma comprensible a los demás.
- Adquirir un conocimiento básico de los principales acontecimientos y procesos de las sociedades actuales desde una perspectiva sincrónica.
- Comprender la diversidad y respetar los sistemas de valores ajenos y la conciencia cívica.
- Conocer suficientemente las técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información, así como los métodos para examinar críticamente cualquier clase de fuentes, documentos y hechos con la finalidad, por un lado, de tratarlos convenientemente y, por otro, de transformarlos en informaciones de interés mediante los lenguajes informativo-comunicativos para cada caso.
- Expresar con claridad y coherencia en las lenguas propias de la comunidad, oralmente y por escrito, así como tener conocimientos de inglés.
- Conocer de forma básica los conceptos, categorías, teorías y temas más relevantes de las diferentes ramas de la investigación informativo-comunicativa.
- Formar para el ejercicio de la profesión que contribuirá al conocimiento y

desarrollo de los derechos humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos y de fomento de la cultura de la paz.

Todos estos objetivos contribuyen a la formación integral de los alumnos, la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación a personas con discapacidad.