

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. Justificación de las modificaciones : Reorganización de centros

La propuesta de reducir el número de centros que componen la universidad San Jorge de cinco a tres se justifica fundamentalmente por razones de estrategia, de eficiencia y de calidad identificadas en el proceso de elaboración del Plan estratégico de la Universidad previsto para el periodo 2015-2020.

En este sentido, las razones de índole estratégica están fundamentadas por los objetivos de la Universidad para desarrollar los ejes principales de actuación para los próximos años. Dichos ejes son: consolidar un modelo docente eficaz que contribuya a lograr un impacto positivo en el aprendizaje de los alumnos, impulsar la vocación de servicio a la sociedad, desarrollar el enfoque internacional, potenciar las relaciones con el entorno empresarial y conseguir una organización ágil y eficiente con un uso óptimo de los recursos.

La simplificación propuesta en la estructura permite una mayor focalización en estos objetivos estratégicos y un mejor aprovechamiento de las sinergias entre los equipos de personal docente e investigador y personal técnico y de gestión. Los centros resultantes son además más homogéneos en su estructura y tamaño.

Respecto de las motivaciones de eficiencia se ha de destacar que agrupar las enseñanzas por áreas de conocimiento comunes pretende conseguir:

- La mejora de la dirección y gestión interna de los centros en ámbitos comunes a todas las titulaciones, como son el área de Estudiantes o el área de Movilidad internacional, la Jefatura de estudios y la Secretaría académica de cada centro, que conllevará un mejor servicio a los estudiantes.
- La mejora de los mecanismos de coordinación docente, entre profesores vinculados a las diferentes titulaciones que conviven en el mismo centro.
- La optimización del encargo docente del personal docente e investigador.
- La facilitación de iniciativas transversales en el ámbito de la investigación, así como la optimización de recursos para proyectos de investigación e integración de todo el PDI en grupos de investigación.
- La optimización del uso de infraestructuras y equipamientos disponibles para la docencia y la investigación.

En tercer lugar, respecto de las razones relacionadas con la cultura de calidad de la Universidad, se ha de señalar que ésta debe impregnar todos sus centros y todos los procesos de docencia, investigación y gestión. Por esta razón, la universidad tiene como objetivo

acreditar cada centro de la misma con AUDIT, y sentar de esta manera las bases para que los procesos de renovación de la acreditación de cada una de las titulaciones de cada centro aseguren una acreditación institucional, tal y como recoge el artículo 14.2. del Real Decreto 420/2015, de 29 de mayo, de creación, reconocimiento, autorización y acreditación de universidades y centros universitarios.

Por ello, adjuntamos la distribución de espacios docentes e investigadores que justifican esta modificación:

Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales							
Distribución horaria de espacios docentes e investigadores							
ASIGNACIÓN							
AULA / TALLER	SUPERFICIE (m2)	mañana	tarde	Nº MESAS	Nº SILLAS	OCUPACION LEGAL	
A11.1	44	1º DCHO	3º COM. AUD	6+1	24	29	
A11.2	44	2º DCHO	4º COM. AUD /Master Liderazgo	6+1	24	29	
A12.1	44	1º TRAD	3º TRAD	6+1	24	29	
A12.2	44	2º TRAD	4º TRAD /Master Marketing	6+1	24	29	
A13.1	44	1º ADE	3º ADE	6+1	24	29	
A13.2	44	2º ADE	4º ADE	6+1	24	29	
A14.1	44	AULA INFORMÁTICA 1	AULA INFORMÁTICA 1	6+1	24	29	
A14.2	44	AULA INFORMÁTICA 2	AULA INFORMÁTICA 2	6+1	24	29	
T12-1	69	3º DCHO	4º PUB	12+1	36	46	
T12-2	71	4º DCHO	3º PUB	14+1	40	47	
T13	161	1º COMUN: ED INF. 1º ED. P	4º PER /Máster MBA	32+1	80	32	
A21	87	1º COMUN: PER+PUB+COM.AUD.	3º PER	16+1	48	58	
A22	88	1º COMUN: PER+PUB+COM.AUD.	4º ED. PRIM	16+1	48	59	
A23	88	2º COMUN: PER+PUB+COM.AUD.	4º ED. PRIM	16+1	48	59	
A24	89	Optativas comunicación	4º ED INF	16+1	48	59	
T22	161	2º ED PRIM	3º ED.PRIM	20	60	32	
AULA MAGNA	175	disponible para todas titulaciones				160	
T 23 (antes SALA ESTUDIO)	130	2º ED. INF	3º ED. INF	22	70		
PLATO TV *	90	disponible para todas titulaciones			8	28	
T11	164	SALA PROFESORES: COMUNICACION y ADE					33
T21 sala de profesores	164	SALA PROFESORES: IHS-EDUCACIÓN					33
Decanato y despachos		Despachos equipo decanal y salas					

Los master tienen 2ª sede autorizada en edificio del Grupo San Valero Ramón Sainz de Varanda.

2.2. Justificación de las modificaciones realizadas para el curso académico 2013-2014

Las modificaciones que se proponen en la siguiente memoria tienen el objetivo de fortalecer académicamente el grado en Comunicación Audiovisual y mejorar, muy especialmente, la formación integral de sus alumnos.

Los cambios que aquí se proponen se basan en las recomendaciones de mejora realizados por la ACPUA desde el año 2008. Por otro lado, la opinión de los evaluadores externos (dos evaluaciones en 2010 y 2012), la de los primeros egresados, así como las múltiples conversaciones con los agentes del sector audiovisual.

Desde el curso 2008/09, el grado en Comunicación Audiovisual ha ido realizando pequeñas mejoras en el programa, hasta acometer un importante impulso en el curso 2012/13 con la introducción de un itinerario en videojuegos, una adaptación del nombre de muchas asignaturas a la realidad audiovisual, y un impulso de las especializaciones, la internacionalización y las prácticas profesionales.

El segundo gran paso en esta evolución del grado llega en el presente curso. Se produce una reorganización de las materias para favorecer la citada especialización en los dos últimos cursos, y se introducen materias que profundizan en nuevas realidades audiovisuales (narrativas transmediáticas) o que mejoran áreas clave como el ámbito de la producción, la tecnología y la narración audiovisuales (“Dirección y puesta en escena”, “Producción audiovisual II” o “Tecnología Audiovisual II”).

Sin embargo, las modificaciones más importantes se dirigen hacia el fortalecimiento de las materias que puedan ofrecer una formación integral al alumno (especialmente en sus dos primeros años). El objetivo del grado (y del centro) es dotar a los estudiantes de una base formativa amplia que les permita adaptarse a un escenario profesional polivalente (no limitado). Esa es la razón de la ampliación a otras ramas de la comunicación en las que la Facultad de Comunicación es fuerte en recursos materiales y humanos (con grados como Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas o Traducción y Comunicación Intercultural). Todo ello permitirá

una formación integral más fuerte, una gestión de los recursos más adecuada y una mejora en la especialización.

Así, las modificaciones que se presentan son las siguientes:

1. Modificaciones de nombres y descriptores de asignaturas que compartan formación con otros grados de la Facultad de Comunicación.
2. Ampliación de los itinerarios de especialización a 30 créditos ECTS.
3. Concentración de asignaturas de formación básica y general en los dos primeros cursos.
4. Introducción de asignaturas especializadas que complementan la formación audiovisual y que exploran nuevos campos del sector profesional.

Por lo tanto, con las siguientes modificaciones se pretende conseguir un programa de más calidad, cercano al mercado laboral actual y a los objetivos de la Universidad San Jorge centrados en el aprendizaje personalizado, exigencia al estudiante y excelencia docente.

2.3. Justificación de las modificaciones realizadas para el curso académico 2012-2013

Las modificaciones que se proponen en la siguiente memoria tienen el objetivo de mejorar la calidad académica del grado en Comunicación Audiovisual y conseguir un programa más competitivo.

Los cambios que aquí se presentan se basan en las recomendaciones de mejora recogidas en los informes periódicos de la ACPUA así como en las observaciones que los evaluadores externos han realizado sobre el grado en 2010 y 2012.

El grado en Comunicación Audiovisual en la Universidad San Jorge se inició en el curso 2008-2009 y desde su comienzo se ha ido trabajando para mejorar cada año la oferta académica. Así, se ha hecho un gran esfuerzo por dotar al grado de una mayor movilidad internacional ampliando acuerdos con las universidades de destino e introduciendo créditos en inglés en diferentes asignaturas. También han ido aumentando los convenios de prácticas externas en número y calidad, ya que se han podido alcanzar acuerdos con empresas audiovisuales de ámbito nacional. Asimismo, el grado en Comunicación Audiovisual contempla todo el material técnico audiovisual necesario para la impartición de las clases desde un plató de televisión, salas de edición, cámaras, etc. Por su parte, los profesores han demostrado su capacidad docente e investigadora a lo largo de estos años alcanzando bien el reconocimiento de doctor o la acreditación de la ANECA, según la situación de cada profesor.

Así, las modificaciones que se presentan son las siguientes:

1. Cambios en los nombres de algunas asignaturas, descriptores y resultados de aprendizaje. De esta manera se mejora la denominación de las materias impartidas acorde con la realidad de la docencia impartida y se establecen descriptores y resultados de aprendizaje más claros y denotativos.

2. Se desactiva el itinerario de especialización en Radio. No se había llevado a la práctica por falta de interés del alumnado por lo que se decide desactivarlo a favor de otro itinerario más demandado y acorde con el mercado laboral actual. De esta manera el grado se ajusta a la realidad y es coherente con el programa ofertado.

3. Se propone la creación del itinerario de especialización en Videojuegos. Se considera oportuna la puesta en marcha de este itinerario cuyas salidas laborales actuales son claras, ya que se demanda profesionales formados en esta nueva disciplina. Además, se contará con la colaboración y el apoyo de la escuela de ingeniería de la Universidad San Jorge.

4. Se revisan las competencias de las asignaturas, especialmente las que tenían que ver con el sonido que estaban integradas principalmente en el itinerario de radio que se desactiva. Se considera necesario activar las competencias sobre sonido en asignaturas que trabajan con este elemento.

Por lo tanto, con las siguientes modificaciones se pretende conseguir un programa de más calidad, cercano al mercado laboral actual y a los objetivos de la Universidad San Jorge centrados en el aprendizaje personalizado, exigencia al estudiante y excelencia docente.

2.4. Justificación del título propuesto

La comunicación audiovisual y los productos audiovisuales juegan un papel esencial en nuestra vida cotidiana. Vivimos en una sociedad mediatizada, dominada por el imperio de la imagen, como sostiene Giovanni Sartori en su obra *Homo ludens, la sociedad teledirigida*, en la que la democracia del siglo XXI, fundamentada en gran parte en la autoridad de la imagen, lleva en ocasiones a convertirse en una “videocracia”¹. Al mismo tiempo, la influencia del cine y de la televisión en el comportamiento y el pensamiento sociales está más que probada, así como su papel en la construcción de símbolos e iconos que suponen significados socialmente compartidos que permiten el entendimiento dentro de una sociedad. A este hecho hay que añadir las nuevas posibilidades que ha abierto Internet en el mundo de la comunicación, soporte en el que los formatos audiovisuales tienen un peso específico.

El profesional de la comunicación no puede vivir ajeno a esta situación, especialmente en un mercado que exige al profesional una importante versatilidad así como un amplio conocimiento de las tecnologías audiovisuales. Como consecuencia, las universidades deben dar respuesta a esta necesidad social –que también es una demanda del mercado- y tienen que procurar la formación de comunicadores audiovisuales que generen con calidad los productos audiovisuales, que tanta incidencia social alcanzan.

Son multitud las razones que avalan la potencial demanda social de un Grado en Comunicación Audiovisual, su viabilidad y conveniencia académicas, además de aquellas que apoyan la idoneidad de estos estudios universitarios en la Comunidad Autónoma de Aragón, al estar estrechamente vinculados a las líneas estratégicas de desarrollo en la Comunidad en cuanto a los medios de comunicación.

En un estudio reciente llevado a cabo por Corporación Multimedia a partir de los datos de Sofres, se ha medido que el consumo de televisión en España batió su récord en 2007, con 223 minutos (casi cuatro horas y media) de exposición diaria media de cada ciudadano, con la Comunidad Autónoma de Aragón superan la media con 247 minutos². La penetración de la televisión en los hogares españoles y su alto nivel de consumo constatan la trascendencia y el calado social de los productos televisivos, bien sean informativos, bien de entretenimiento, así como de los formatos audiovisuales de ficción que completan la programación de las televisiones. Según el estudio, el número de horas medias que se dedica al consumo de

¹ SARTORI, Giovanni, *Homo Ludens, la sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998.

² Corporación Multimedia, *La audiencia de televisión en el año 2007*.

televisión es muy superior al de otros medios de comunicación como la radio o la prensa. Tan sólo Internet, muy vinculado a la tecnología audiovisual, le sigue de cerca.

En una sociedad dominada por la imagen, donde son los propios ciudadanos los que le otorgan al medio audiovisual una importancia cada vez mayor por ese aumento del consumo, las facultades de comunicación no pueden obviar esta evidencia y deben incluir en sus programas contenidos audiovisuales especializados. Resulta imprescindible formar profesionales audiovisuales para mejorar la calidad de esos contenidos audiovisuales, pues se trata del tipo de comunicación que más audiencia tiene, mayores niveles de ventas presenta y mayor influencia cultural ejerce en aquellos que lo consumen.

La universidad no puede dejar de lado la formación de profesionales audiovisuales cuyo trabajo va a tener un contacto tan directo y tan estrecho con los ciudadanos, mayor que el que tienen otros profesionales de la comunicación como pueden ser los periodistas, los publicistas o los expertos en Relaciones Públicas. Puesto que se trata de una gran demanda social, es imprescindible la formación de profesionales que satisfagan esa demanda con productos de calidad.

Igualmente, las producciones audiovisuales de ficción han experimentado un gran crecimiento y el mercado del cine se ha convertido en una de las principales industrias en el ámbito internacional. Es uno de los sectores audiovisuales que más se está potenciando. De hecho, según el informe "España en datos 2007" del INE sobre Educación y Cultura, el gasto medio por espectador en España supuso un incremento del 5% con respecto al año anterior (con Zaragoza como provincia que encabeza este aumento de la inversión al superar la media nacional)³. Se necesitan en España más profesionales que se dediquen al cine y mejor formados que los que existen ahora.

Por este motivo, parece también necesario cubrir esa ausencia de formación en materia cinematográfica con la inclusión de perfiles de especialización en el Grado en Comunicación Audiovisual, con la misma importancia con que se incluyen perfiles formativos más próximos a la radio o a la televisión. La propuesta de Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad San Jorge formaría a profesionales en el ámbito cinematográfico de una forma sólida y completa, a diferencia de lo que ocurre en los programas de otras universidades españolas, donde la importancia de los estudios de cine es residual.

³ Instituto Nacional de Estadística (INE), *España en datos 2007*.

Además, otra de las razones por las que la Universidad San Jorge apuesta por la formación filmica es porque Aragón ha sido cuna de tres de los mejores directores de cine en la historia de España y de reconocido prestigio internacional: los turolenses Segundo de Chomón y Luis Buñuel, y el oscense Carlos Saura. El deseo de la Universidad San Jorge es poder continuar con esta tradición abierta por estos cineastas y que Aragón sea con el tiempo conocida como origen de los mejores profesionales del sector cinematográfico en España.

En lo referente a la formación cinematográfica, la propuesta de título en Comunicación Audiovisual de la Universidad San Jorge refleja la filosofía de la universidad, es decir, la consideración y la inclusión de los estudios sobre cine en el ámbito universitario, con la dimensión, trascendencia y amplitud formativas que esto significa. Según la Universidad San Jorge entiende, la formación de profesionales del cine no es meramente técnica, como la que actualmente se imparte en las escuelas de cine en España y en otros países europeos, sino también humanística, puesto que el mundo del cine lo que necesita son profesionales que se pregunten los porqués de lo que hacen, que piensen en el resultado final de sus productos filmicos, en cómo pueden contar de la mejor manera sus historias en lenguaje audiovisual y en los efectos que sus decisiones que pueden tener en los espectadores.

Es decir, se apuesta por una formación universitaria que forme intelectualmente (no sólo técnicamente) a muchos futuros cineastas aragoneses. No en vano, algunos de los directores de cine más laureados internacionalmente (Steven Spielberg, George Lucas o Martin Scorsese, entre otros) han realizado sus estudios de cine en el marco de una titulación universitaria o bien han completado su formación técnica con carreras humanísticas. Sus productos cinematográficos son mejores porque su preparación y su formación son mejores, más adecuadas a las verdaderas necesidades de las audiencias.

En el caso concreto de Aragón, la demanda social en cuanto al consumo de medios audiovisuales y en lo relacionado a la necesidad de formación universitaria es patente. Por un lado, el nacimiento en 2005 de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión supuso la constatación de esa demanda creciente de la audiencia y, por otro lado, el número de alumnos que cada año se matriculan en programas de Comunicación Audiovisual de universidades de otras comunidades autónomas es creciente.

En la actualidad, no existe en Aragón ninguna titulación universitaria de Comunicación Audiovisual, con los que los estudiantes que desean cursar estos estudios se ven obligados a salir de la Comunidad para matricularse, principalmente, en universidades de Madrid, Barcelona y Navarra. A esto se suma el hecho de que Comunicación Audiovisual es la carrera del ámbito

de la comunicación más demandada en España, por delante de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. Según un estudio elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid en julio de 2007, a partir de datos del INE, sobre la formación y la incorporación laboral de los periodistas en España, Comunicación Audiovisual es la carrera que ha experimentado un mayor aumento en las matriculaciones en primer curso entre los años 1998 y 2007, con un incremento anual medio del 6,62%, cifra superior al 1,03% de Periodismo⁴.

Cotejando la creciente demanda formativa con la ausencia de estudios en Aragón, que bien podría considerarse histórica, de una titulación de Comunicación Audiovisual en la Comunidad aragonesa, se puede obtener un primer argumento sólido sobre la demanda social, la viabilidad y la idoneidad de los estudios de este perfil. A esto cabría añadir la posición geográfica estratégica de Zaragoza a media distancia entre Madrid y Barcelona. Esta situación privilegiada podría contribuir de manera decisiva a atraer estudiantes de otras comunidades por su proximidad, supliendo así no sólo la demanda de formación en Aragón, sino en regiones colindantes.

Por otro lado, la demanda social y la viabilidad académica de este plan de estudios se comprueban con la puesta en marcha en 2005 de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV) y con el comienzo de las emisiones oficiales de televisión el 21 de abril de 2006⁵. Su creación se aprobó mediante una ley en 1987, momento en el que por primera vez se hizo evidente el interés y la fuerte apuesta del Gobierno de Aragón por el desarrollo y fomento de una radio y una televisión autonómicas al servicio de los ciudadanos aragoneses, concretada en un modelo público de propiedad y de gestión. Tal y como indica el texto de la ley, el objetivo con el que nació la CARTV es el de "ser un servicio público esencial que facilite el derecho a la información, ayude a la formación de personas, entretenga y quiera conectar con las necesidades y aspiraciones de todos los aragoneses". Igualmente, busca contribuir "a la vertebración y al desarrollo del proceso autonómico, político, económico, social y cultural".

La Universidad San Jorge entiende que estos esfuerzos políticos e institucionales por implantar una radio y televisión autonómicas suponen la configuración de una línea estratégica de desarrollo de la Comunicación Autónoma de Aragón. Los estudios de Comunicación Audiovisual aquí presentados entroncan directamente en esa línea y pretenden, por un lado, apoyar el crecimiento y el fortalecimiento de los medios de comunicación audiovisuales autonómicos y

⁴ Asociación de la Prensa de Madrid, *Informe sobre la Formación y la Incorporación Laboral de los periodistas en España*, julio de 2007.

⁵ La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión fue creada en 1987 mediante la aprobación en la Ley 8/1987 de 15 de abril de Creación de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

cubrir las necesidades formativas que surjan del nuevo mercado audiovisual que la creación de la CARTV ha generado (como por ejemplo la proliferación de empresas productoras audiovisuales, como Chip, MediaPro o Sin Tregua Comunicación, que proporcionan contenidos a la televisión autonómica y que, ante la creciente demanda están abriendo delegaciones en Zaragoza).

De esta forma, se vuelve a comprobar en este punto la necesidad de unos estudios universitarios en Comunicación Audiovisual, dada la creciente necesidad de profesionales que presenta la recién creada CARTV. En estos momentos, la totalidad de los periodistas y comunicadores audiovisuales que trabajan allí han sido formados en universidades de otras comunidades. Sin embargo, en la actualidad el mercado aragonés necesita un tipo de profesional que el resto de comunidades no puede formar, y que sí lo haría la Universidad San Jorge: un profesional con una formación muy especializada y que conociera la historia de Aragón, su idiosincrasia, su organización política y económica, su mapa de medios de comunicación, sus preocupaciones sociales, etc. En definitiva, se puede formar un perfil profesional que responda mejor a las demandas del mercado aragonés y a las necesidades e inquietudes de los ciudadanos. Esto redundaría directamente en la mejora de la calidad de los contenidos audiovisuales que se hicieran. La CARTV demanda profesionales y puede suministrarse de los alumnos formados en Aragón.

Igualmente, dentro de la línea de actuación del Gobierno autonómico con respecto a la implantación de las nuevas tecnologías, el programa conducente a la obtención del Grado en Comunicación Audiovisual apuesta totalmente por la tecnología digital y la digitalización de todos los procesos en la producción de contenidos audiovisuales, de manera que ha supuesto desde la misma creación de la Facultad de Comunicación en 2005 una de sus principales señas de identidad y elementos estratégicos de posicionamiento en el mercado.

La implantación del Grado de Comunicación Audiovisual en Aragón supondría, asimismo, un motor de impulso para la investigación en el ámbito audiovisual, como ya ocurre en Cataluña, no sólo para estudiar la fuerte influencia de la Comunidad aragonesa en el desarrollo del cine y de la televisión en el ámbito nacional (Aragón fue, tras Madrid, la segunda comunidad autónoma en tener televisión en España hace 50 años), sino también para abrirse al exterior y estudiar la influencia de las nuevas tecnologías audiovisuales en una sociedad tan globalizada como la actual.

En conclusión, el Grado de Comunicación Audiovisual cubriría una demanda social general creciente y una necesidad más concreta, específica del momento que vive Aragón, de profesionales audiovisuales con formación de calidad y universitaria que tuviera como principal

objetivo la educación de buenos profesionales y de buenas personas que pudieran aumentar la calidad de unos contenidos audiovisuales dispuestos siempre al servicio de los ciudadanos y del desarrollo de la Comunidad.

2.5. Referentes externos

2.2.1 Referentes externos estudiados

Para el diseño del nuevo plan de estudios conducente a la obtención del Grado en Comunicación Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge se han consultado, estudiado y trabajado diversos documentos que avalan la adecuación de esta propuesta a los criterios nacionales e internacionales para títulos de similares características académicas. El conjunto de fuentes consultadas puede clasificarse en dos tipos: en primer lugar, estudios sobre la formación de los profesionales de la comunicación audiovisual y sobre su inserción laboral, realizados por entidades ajenas a la Universidad San Jorge, y en segundo lugar, un estudio de 'benchmarking' efectuado por el Comité de Trabajo sobre los estudios de Comunicación Audiovisual o similar en las principales universidades españolas y del ámbito europeo.

Entre los documentos, estudios y análisis realizados por entidades distintas de la Universidad San Jorge sobre el estado del sector profesional se encuentran:

- *Libro Blanco sobre los Títulos de Grado en Comunicación*, elaborado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación.
- *Informe sobre la formación y la incorporación laboral de los periodistas en España*, Asociación de la Prensa de Madrid, (APM), julio de 2007.
- También, siguiendo las orientaciones de la ANECA, se ha consultado los Subject Benchmark Statements de la Agencia de Calidad universitaria Británica, en concreto Comunicación, media, film and cultural studies. Subject benchmark statement Quality Assurance Agency for Higher Education para definir las competencias, las estrategias de enseñanza-aprendizaje, y los modelos de evaluación de las competencias.

Para completar la "fotografía fija" que proporcionan estos estudios y sus datos, la Facultad ha abordado el análisis de las ofertas académicas de las universidades europeas que tienen los títulos en Comunicación Audiovisual de mayor prestigio, y de las principales facultades de comunicación españolas con estudio de Periodismo.

En primer lugar, se han estudiado en profundidad los planes de estudios, la estructura del título, la distribución de créditos ECTS y los perfiles de especialización de las siguientes universidades europeas:

- Alemania: Universität Lüneburg; Universität Leipzig; Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Theater und Medienwissenschaft; y Martín-Luther Universität Halle Wittenberg.
- Bélgica: Université Libre de Bruxelles; Universiteit Ghent; y Katholieke Universiteit Leuven, Faculty of Social Sciences.
- Finlandia: University of Helsinki.
- Francia: Université Charles de Gaulle – Lille 3, Paris Val de Marne – Paris XII, y Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris III.
- Italia: Università degli Studi di Bologna; Università degli Studi di Perugia; Università degli Studi di Roma III; Università di Torino; y Università degli Studi di Roma – La Sapienza, Facultad Ciencias Della Comunicazione.
- Portugal: Universidade Técnica de Lisboa; Instituto Politécnico de Lisboa, Escola de Teatro e Cine, Escola Superior de Comunicação Social; y Universidade Nova de Lisboa.
- Reino Unido: Staffordshire University, Sussex University y London Metropolitan University.

Entre los referentes externos estudiados se encuentran también diversas universidades españolas que imparten los estudios de Comunicación Audiovisual. Se han estudiado aquellas indicadas por el ranking de *El Mundo* como las más prestigiosas en la docencia del título de Comunicación Audiovisual⁶:

- Universidad San Pablo-CEU (Madrid), Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Rey Juan Carlos (Madrid), Facultad de Ciencias de la Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Antonio de Nebrija, Facultad de Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Carlos III de Madrid, Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Católica San Antonio de Murcia, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.

⁶ El Mundo, Informe sobre las carreras más demandadas y ranking de universidades españolas 2007-2008. Disponible en Internet a través de la siguiente dirección URL: <http://aula2.elmundo.es/aula/especiales/2007/50carreras/index.html>

- Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Autónoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Pontificia de Salamanca, Facultad de Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad Pompeu Fabra, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Universidad de Burgos, Facultad de Humanidades y Comunicación, licenciatura en Comunicación Audiovisual.

La revisión de la oferta académica de Comunicación Audiovisual de estas universidades ha servido para constatar la demanda de formación en España y el crecimiento progresivo de las facultades que imparten titulaciones relacionadas con la comunicación.

Por último, se ha consultado el estudio que se realizó previamente a la puesta en marcha de la Universidad San Jorge por la entonces llamada "Comisión de Ciencias de la Comunicación", centrado en el estudio de la viabilidad de los estudios de comunicación y concretamente los de Comunicación Audiovisual en la Comunicación Autónoma de Aragón, y en la valoración de su utilidad para el desarrollo social, económico y cultura de dicha comunidad.

En este estudio de mercado se analiza la demanda de formación y conocimientos en el área del Comunicación Audiovisual, las demandas por parte del alumnado, las salidas profesionales, así como un análisis crítico sobre el futuro de la comunicación en Aragón como marco en que se habría de desarrollar la vida académica y profesional de los estudios de Comunicación Audiovisual y de sus futuros licenciados y como contexto que permite identificar los perfiles profesionales necesarios en un entorno mediático progresivamente cambiante y creciente.

2.2.2 Conclusiones

Conclusiones de los referentes externos estudiados (universidades españolas y extranjeras)

Todos estos referentes externos consultados avalan la adecuación de esta propuesta a los criterios nacionales e internacionales para títulos de similares características académicas.

Los modelos de planes de estudios presentados por las universidades europeas muestran una clara convergencia hacia los requisitos indicados por Bolonia. Se trata de los mismos requisitos

que han supuesto la guía en la elaboración del plan de estudios de Comunicación Audiovisual adaptado al EEES que en esta memoria se presenta. En primer lugar, son las universidades con las que las universidades públicas españolas de referencia tienen establecidos desde hace años sus convenios de intercambio de alumnos y de profesores dentro del programa Erasmus, lo que las convierte en un referente de peso a la hora de inspirar el plan de estudios que aquí se presenta. En segundo lugar, entrando ya en el plano de los requisitos de Bolonia, se trata de las universidades europeas con los programas de estudios universitarios en Comunicación Audiovisual más antiguos y sólidos de Europa, al mismo tiempo que más actualizados e innovadores en sus planteamientos, muchos de ellos adaptados a los requisitos de la Europa convergente.

En tercer lugar, los planes docentes de las universidades consultadas combinan con gran acierto la formación tradicionalmente universitaria, más humanística y ética, y la técnica, favoreciendo mediante su estructuración en créditos de distintas ramas formativas la posibilidad de una formación muy especializada en el ámbito escogido por el alumno (como es el caso de las universidades de Alemania, Finlandia, Países Bajos o Inglaterra –estas últimas no por su ausencia de créditos ECTS, sino por sus itinerarios de especialización-). En cuarto lugar, se trata de centros universitarios de reconocido prestigio dentro de las empresas del mercado audiovisual de sus respectivos países, lo que nos conduce a pensar que otra de las virtudes de sus planes formativos es el estar fuertemente orientados hacia la inserción laboral de sus graduados, es decir, son titulaciones que atienden las necesidades del mercado laboral.

Ésta es la tendencia que se ha observado en los títulos de Grado en Comunicación Audiovisual de las universidades europeas más reputadas y, por lo tanto, éste es el principal motivo por el que se han escogido como referentes externos en los que apoyar el diseño del correspondiente título en la Universidad San Jorge.

Igualmente, se ha comprobado que las universidades españolas enumeradas están procediendo a la adaptación de sus planes de estudios siguiendo esas directrices europeas materializadas en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establecen la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Además de haber sido seleccionadas por ser las universidades españolas con licenciaturas en Comunicación Audiovisual ubicadas en los primeros puestos del ranking de *El Mundo*, este proceso convergente en el que ya están inmersas las convierte también en referentes obligados. Los mismos criterios por los que se han elegido las universidades europeas pueden aplicarse al caso de los centros españoles: su reconocido prestigio y tradición de estos estudios, su proceso convergente, su combinación de formación humanística universitaria y técnica especializada y sus estadísticas de inserción laboral de recién licenciados. La Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge los ha

considerado un referente por la fusión de todas estas características, que encajan perfectamente en el espíritu de Bolonia y en los requisitos que tanto el Ministerio de Educación como la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación exigen para la adaptación de los nuevos programas de Grado. Son aquellas que tienen un desarrollo interno y una evolución de los estudios de Comunicación Audiovisual que se han adaptado al entorno cambiante de la comunicación en la sociedad emergente del conocimiento y han perfilado progresivamente sus planes de estudios de acuerdo con la demanda social y laboral diferenciada de este tipo de productos comunicativos.

Por último, los estudios sobre el estado de la profesión y la formación universitaria de los profesionales del Periodismo realizados por la APA y el Foro de Organizaciones de Periodistas han permitido comprobar la necesidad de una formación mucho más adecuada a los perfiles más demandados por el mercado laboral informativo para conseguir dos objetivos básicos que coinciden plenamente con la filosofía del proceso Bolonia: mejorar la calidad del trabajo del periodista, es decir, de los productos audiovisuales que se le proporcionan al ciudadano, y adecuar la formación a las necesidades del mercado para facilitar la inserción laboral, la mejora de ese trabajo y la reducción de la precariedad laboral.

En conclusión, habiendo analizado los planes de estudios de las universidades europeas y españolas que ofrecen títulos en Comunicación Audiovisual, y habiendo cotejado su estructura, organización y contenidos con el plan de estudios que se presenta en esta memoria, se puede concluir que los refrenes externos avalan la adecuación de la propuesta a los criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas. La adaptación del plan de estudios de Periodismo de la Universidad San Jorge al EEES se considera adecuada al proceso convergente europeo y a los niveles de exigencia y calidad de las universidades europeas y españolas más competitivas, puesto que sigue sus mismas pautas y criterios en su diseño.

2.6. Procedimientos de consultas

2.6.1. Procedimientos internos

El Grupo de Trabajo creado para diseñar el programa formativo conducente al título oficial de Graduada/Graduado en Comunicación Audiovisual ha sido formado por un Coordinador Especialista y profesores titulares de las áreas de conocimiento correspondientes. Las tareas realizadas (reuniones, encuestas, informes, investigación y recogida de información, entrevistas etc.) han sido coordinadas conjuntamente por la Dirección de Ordenación Académica y la Unidad Técnica de Calidad de la Universidad San Jorge. El objetivo de este Grupo de Trabajo ha sido la definición progresiva de las asignaturas que van a componer la oferta académica del

Grado en Comunicación Audiovisual, su estructura en módulos y la distribución de créditos ECTS, según las directrices indicadas por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establecen la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Las reuniones han sido cinco y han tenido lugar el 6 de noviembre de 2007, el 12 de noviembre, el 30 de noviembre, el 11 de enero de 2008 y el 25 de enero.

Primera reunión (6 de noviembre de 2007):

1. Puesta en marcha del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior de las menciones de Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge.
2. Coordinación entre los miembros del Grupo de Trabajo y distribución de tareas en función del Real Decreto 1393/2007.

Segunda reunión (12 de noviembre de 2007):

1. Preparación del grupo de discusión o *focus group* para el Comité de Expertos Profesionales con el que se realizará una sesión de trabajo.
2. Organización del estudio 'benchmarking' sobre referentes externos en los estudios de Grado de Comunicación Audiovisual (universidades europeas y españolas).

Tercera reunión (30 de noviembre de 2007):

1. Recoger ideas, sugerencias y propuestas sobre la creación del plan de estudios de Comunicación Audiovisual para su adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.
2. Concretar propuestas de estructura, de organización por módulos, de inclusión de asignaturas, siguiendo las indicaciones del Real Decreto 1393/2007, para ser incluidas en el plan del Grado.

Cuarta reunión (11 de enero de 2008):

1. Presentación a los profesores de una propuesta de plan del Grado de Comunicación Audiovisual adaptado al EEES y elaborado por el Grupo de Trabajo.
2. Propuesta de cambios en la nomenclatura, orden y contenido de algunas de las asignaturas para su mejora, respetando y respondiendo siempre a la filosofía de Bolonia y a las directrices indicadas por el Real Decreto 1393/2007.

Quinta reunión (25 de enero de 2008):

1. Entrega a los profesores del borrador definitivo del nuevo plan de estudios adaptado al EEES.

2. Recogida de sugerencias sobre el aprovechamiento de los recursos materiales y humanos disponibles para la consecución de los objetivos docentes y académicos previstos para el nuevo plan de estudios.

De esta manera, más allá del Grupo de Trabajo, se ha hecho partícipes del proceso de forma gradual y en cada una de las fases del proceso a todos los profesores de la Facultad de Comunicación vinculados a las áreas de conocimiento de Comunicación Audiovisual. Esto ha permitido a cada paso contar con las sugerencias y las recomendaciones de los expertos en cada uno de esas áreas de conocimiento.

Conclusiones Grupo de Trabajo interno

- Depuración de los contenidos necesarios para dotar al estudiante de un perfil propio en lo audio-visual, de forma completa, pero al mismo tiempo especializada.
- Establecer un equilibrio entre el conocimiento teórico-formativo (conocimiento del lenguaje audiovisual, teoría audiovisual, tratamiento de fuentes) y el práctico-teórico (edición digital, análisis fílmico, guion y producción), dando como resultado un futuro profesional competente y conocedor del sistema en el que se desenvuelve en su formación y se desarrollará en su profesión.
- Hacer y prestar especial interés a la lectura de los códigos básicos de comunicación, a partir de los cuales ofrecer al titulado unas herramientas de manejo en todas las posibilidades de lo comunicativo (desde el soporte narrativo y textual hasta el semiótico y audiovisual propiamente dicho).
- Dotar al título de grado de una perspectiva versátil –incorporando una dimensión internacional a partir del manejo y la competencia de una lengua extranjera- para el futuro egresado, quien podrá desenvolverse en cualquier naturaleza de lenguaje audiovisual, desde el análisis, la creación o la producción en cualquier entorno.

2.6.2. Procedimientos externos

Comité de Expertos

Para cada una de los títulos oficiales de la Universidad San Jorge se ha formado un Comité de Expertos formado por profesionales y académicos ajenos a la Universidad, todos especialistas en el campo de conocimiento correspondiente.

Los objetivos generales del Comité de Expertos son los siguientes:

1. Asesorar sobre las necesidades del mercado laboral actual, destacando las carencias existentes en los conocimientos y competencias de los egresados de titulaciones similares existentes.

2. Dar una visión experta e independiente sobre el diseño del programa formativo propuesto, sus objetivos, perfil profesional, competencias y contenidos para valorar la adecuación de esta titulación a las necesidades identificadas.
3. Asesorar sobre la situación actual del sector y las tendencias y previsiones para el futuro.
4. Ofrecer otras aportaciones técnicas y académicas que pueden ayudar a mejorar la calidad de aprendizaje de los estudiantes de la titulación y por tanto facilitar su entrada en el mercado laboral.
5. Promover la creación de vínculos permanentes entre la titulación y las empresas, asociaciones profesionales y agentes sociales de la región.

Este Comité de Expertos se ha planteado como un complemento a las reuniones de trabajo internas con profesores vinculados al área de Comunicación Audiovisual, y ha tenido el objetivo de completar el análisis real de la situación de los estudios conducentes a la obtención del Grado de Comunicación Audiovisual desde la perspectiva profesional, externa al ámbito académico. Para ello, el jueves 29 de noviembre de 2007 se llevó a cabo una reunión con ese Comité de Expertos, profesionales de los medios de comunicación de Aragón más próximos al perfil del Grado de Comunicación Audiovisual, siguiendo también la metodología del *focus group* o grupo de discusión dirigido. La reunión de trabajo tuvo lugar en la Asociación de la Prensa de Aragón, con sede en Zaragoza, entre las 15.30 y las 17.30 de la tarde. Los asistentes fueron:

- Sr. D. Óscar Tomás, Asociación de la Prensa de Aragón.
- Sr. D. Samuel Barraguer, Jefe de Informativos, Aragón Televisión.
- Sra. Dña. Mireia Ruiz-Berdejo, Directora, Sin Tregua Comunicación.
- Sra. Dña. Sagrario Sáiz, Radio Televisión España, Aragón.
- Sra. Dña. Camino Ibarz, Vocal de la Junta Directiva de la Asociación de la Prensa de Aragón y Periodista de Cadena SER.
- Sra. Natalia Martínez, Coordinadora de Informativos, Aragón Televisión.
- Sr. D. Fernando Ruiz, Director del programa "Buenos Días, Aragón", Aragón Televisión.
- Sra. Dña. Ana Laiglesia, Coordinadora de la Productora Mediapro en Aragón.
- Sr. D. Pepe Lasmarias, Jefe de Informativos, Cadena Ser Aragón.

Con esta selección de profesionales se buscó cubrir todos los perfiles laborales el comunicador audiovisual (desde la información audiovisual hasta la información radiofónica, pasando por la producción de programas y contenidos audiovisuales) para recabar datos desde todos los ángulos de la profesión que aportaran luz sobre las líneas de actuación y mejora que habían de desarrollarse para proceder a la creación de unos planes de estudios conducentes a la

obtención del Grado en Comunicación Audiovisual. Los objetivos que se buscaron con esta actividad fueron los siguientes:

- Generar debate que ayude a detectar debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades en la formación de los alumnos y futuros profesionales.
- Obtener impresiones sobre la formación del grado de las facultades de comunicación.
- Originar información útil para la futura y novedosa estructuración académica.
- Estimular nuevas ideas que contribuyan a acercar el mundo académico y el profesional a través de un plan de estudios enfocado a un mercado laboral cambiante.
- Conseguir datos globales sobre las necesidades del mercado al que se dirige la Universidad San Jorge.
- Interpretar los comentarios e impresiones (carencias y mejoras) como fuentes de información válidas.
- Volcar esa información y focalizarla hacia los propósitos marcados por el EEES.

Para guiar el grupo de discusión las preguntas giraron entorno a tres grandes apartados: situación del mercado actual del sector audiovisual en Aragón, competencias y perfiles más demandados de los profesionales hoy y, por último, análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) de la formación universitaria del comunicador audiovisual.

Además de este Comité de Expertos con los que se trabajó en una sesión conjunta, también se ha consultado con otros dos profesionales para completar en análisis de la situación actual del mercado audiovisual en Aragón:

- D. Jesús López Cabezas (Ex Director de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión -CARTV).
- D. Luis Fernando Huertas (Director de Cine).

Las consultas con todos estos profesionales han permitido conocer las necesidades del mercado actual, sus tendencias y previsiones de evolución y recoger sugerencias sobre perfiles formativos y propuestas de mejora de las carencias formativas detectadas para proceder a la adecuación de la titulación de Comunicación Audiovisual a las necesidades identificadas.

Conclusiones Comité de Expertos

En cuanto al mercado laboral

- El mercado laboral para la comunicación audiovisual se promete brillante y emergente. Su presencia en la comunidad autónoma aragonesa supone una oportunidad para el crecimiento y el desarrollo a través de la incorporación de profesionales formados y

especializados en un área de conocimiento determinada, hasta el momento sin cubrir en la presente zona geográfica.

- Supondrá una riqueza desde y para Aragón, dando lugar a la incorporación de los egresados a las diferentes plataformas de comunicación presentes y en las que se compondrán en el futuro.
- Los conocimientos adquiridos a través de un título oficial de grado en comunicación audiovisual, permitirán contar con profesionales mucho más allá de lo meramente técnico y así poder definir un perfil propio formativo y laboral.

Competencias

- La formación específica debe verse completada con una formación de base en comunicación, que, de esta forma, incorpore todo un conjunto de destrezas que el profesional deberá poner en juego en sus diferentes aplicaciones y creaciones.
- Los fundamentos humanísticos y comunicativos (habilidad de expresión, fluidez y eficacia discursivas, capacidades analíticas de la pluralidad textual) deberán ser la base para otorgar al grado una sustancia sólida, a partir de la cual establecer una especialización en las materias de los últimos cursos (habilidad en el uso adecuado de herramientas tecnológicas, creación de paisajes visual y auditivo).
- La presencia de dichos fundamentos deberá ser transversal, ocupando y acompañando la formación a lo largo toda la duración de la misma.

DAFO Formación universitaria

- La transmisión de habilidades profesionales y sociales, basadas en contenidos específicos deberán dotar al estudiante de la realidad que el mercado demanda.
- El intercambio entre el profesor, el estudiante y el profesional externo debe ser constante para configurar un perfil competente y fundamentado en los requerimientos de la demanda, tanto de contenidos como de evaluación y laborales.
- Será necesario ir más allá de los objetivos de evaluación docente e incorporar una dimensión crítica, de análisis y de curiosidad hacia todos los soportes relacionados con la comunicación, a partir de los cuales otorgar una especialización para la que el estudiante cuente con una base previa de los primeros años.

Consejo Asesor Académico

Con la puesta en marcha de la titulación los miembros del Comité de Expertos serán invitados a formar parte del Consejo Asesor Académico de la titulación. Un Consejo Asesor Académico

integrado por profesionales y académicos vinculados a cada área académica nos asegura la máxima calidad en nuestro proyecto educativo.

El Consejo Asesor Académico estará encargado de velar por la calidad de la docencia e investigación y la adecuada coordinación entre titulaciones. A través del mismo, la Dirección de la Titulación canaliza las aspiraciones y necesidades sociales que puedan ser satisfechas por ella, a la vez que promueve la sensibilización de los diversos sectores sociales en orden a proveer a la Universidad de medios para el mejor cumplimiento de sus fines.

El Consejo Asesor está constituido por un mínimo de siete miembros y un máximo de trece. La designación y revocación de los mismos corresponde al Rector de la Universidad. Se procurará que el Consejo Asesor esté integrado por personalidades relevantes de la vida económica, profesional, científica y cultural en el ámbito de cada una de las facultades.

Son competencias del Consejo Asesor Académico:

1. Elaborar estudios o informes, por su propia iniciativa o a petición del Rector, sobre el rendimiento y la calidad de la titulación y su adecuación a las necesidades del mercado laboral del sector.
2. Promover ayudas al estudio en la Universidad para la consolidación de un fondo de becas.
3. Promover ayudas económicas para potenciar líneas de investigación que sean solicitadas por las instituciones del entorno social.
4. Transmitir a la Universidad las necesidades manifestadas en la sociedad en orden a la creación de nuevas titulaciones o especial orientación de las enseñanzas.
5. Promover convenios con empresas e instituciones para perfeccionar la formación de los alumnos y para abrir el mercado de trabajo a los titulados.

El consejo será convocado por el correspondiente Decano o Director de Titulación y se reunirá al menos dos veces al año, asesorando a los órganos de gobierno de la sobre aquellas cuestiones que se considere oportuno, pudiendo emitir, a tal efecto, informes y recomendaciones sobre:

- los planes de estudio,
- las salidas profesionales nuevas titulaciones y demás cuestiones análoga