

El profesional del vídeo y del audio

El grado en Comunicación Audiovisual proporciona un conocimiento preciso y en profundidad de los distintos lenguajes (fotografía, cine, televisión, radio, vídeo, soportes multimedia, etc.) y medios que constituyen el hecho audiovisual, como también del origen y el desarrollo de cada uno de estos medios y lenguajes. Además, aporta a los estudiantes una formación exhaustiva en las técnicas y los procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, y muestra las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.

David Val Palao

Año tras año, los diferentes ranking demuestran que Comunicación Audiovisual es uno de los grados más elegidos por los estudiantes universitarios. Las nuevas carreras adaptadas al Plan Bolonia que se relacionan con el área de comunicación audiovisual tienen como objetivo principal aportar una visión amplia de los procesos y tendencias de la comunicación visual y los medios audiovisuales. Los estudiantes aprenden a expresarse con claridad y coherencia, tanto en el lenguaje oral como en el escrito, y a dominar las técnicas de creación y difusión de audiovisuales en sus diversas fases.

Este grado profundiza asimismo en las metodologías y conceptos aplicables en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación audiovisual y los futuros entornos tecnológicos. Al término de los estudios, los titulados estarán capacita-



Imagen Flickr.

La carrera al desnudo

■ **Área:** Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas

■ **Titulación:** Grado en Comunicación Audiovisual

■ **Duración:** Cuatro cursos (240 créditos)

■ **Acceso: Desde Bachillerato:** Aunque el acceso de Grado es posible desde cualquiera de las vías de bachillerato, cuando no haya plazas suficientes tendrán preferencia los alumnos procedentes de la opción de Ciencias Sociales. Se aconseja haber estudiado Cultura Audiovisual en Bachillerato.

Desde Formación Profesional: Cuando la demanda supere la oferta de plazas tendrán preferencia los técnicos superiores procedentes de las familias de Imagen y Sonido.

■ **Perfil del estudiante:** Con interés por este entorno y, en especial, por los productos audiovisuales (radio, televisión, cine, multimedia). Es importante además que los estudiantes tengan capacidad de trabajo en grupo y para relacionarse y comunicarse con los demás. Asimismo, es importante que los jóvenes que elijan estos estudios tengan capacidad de síntesis y de observación, además de creatividad e imaginación. También es relevante que conozcan otros idiomas, especialmente inglés.

■ **Dónde se imparte:** Universidad Pompeu Fabra, Universidad Carlos III de Madrid, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Barcelona, Universitat de València, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de A Coruña, Universidad de Sevilla, Universidad de Granada, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad del País Vasco, Universidad de Vigo, Universidad de Málaga, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Salamanca, Universidad Rovira i Virgili, Universidad Jaume I de Castellón, Universidad de Murcia, Universidad de Alcalá, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Miguel Hernández de Elche, Universidad de Extremadura, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad de Lleida, Universidad de Girona, Universidad de Vic, Universidad Politécnica de Catalunya, Mondragón Unibertsitatea, Universidad Antonio de Nebrija, Universidad Camilo José Cela, Universidad Cardenal Herrera-CEU, Universidad Católica San Antonio, Universidad de Burgos, Universidad de Navarra, Universidad Europea de Madrid, Universidad Europea del Atlántico, Universidad Europea Miguel de Cervantes, Universidad Francisco de Vitoria, Universidad Pontificia Comillas, Universidad Pontificia de Salamanca, Universidad San Jorge, Universidad San Pablo-CEU, Universidad de las Islas Baleares, Universidad Internacional de Catalunya, Universidad Ramón Llull.

dos para planificar y llevar a cabo cualquier proyecto audiovisual, tomando decisiones creativas y profesionales en el campo de la comunicación audiovisual y gestionando de forma eficaz los recursos tecnológicos y humanos en las empresas del sector.

Los sistemas de comunicación audiovisual tradicionales son la radio, el cine y la televisión. Aunque, actualmente se han consolidado nuevos sistemas de comunicación audiovisual, como Internet o los videojuegos, que ya empiezan a estudiarse y a denominarse como tales.

Influencia social

La comunicación audiovisual está presente en cada aspecto de la vida cotidiana. En la Sociedad de la Información la imagen y el sonido son los vehículos a través de los cuales se recrea una realidad o una ficción, sin embargo, los medios de comunicación legitimados (radio, prensa y TV, principalmente), a través de sus informativos han dado la sensación de que todo aquello que transmiten tiene estatus de verídico. Es verdad que hay un anclaje entre la comunicación y la realidad. Por ejemplo, cuando se toma una fotografía de una montaña se sabe, por el valor icónico de la fotografía, que está representando un objeto

de la naturaleza. Sin embargo, se trata solamente de una representación y nunca de la montaña misma.

Con esto, se pretende remarcar el poder que tiene la imagen, algo que se percibe diariamente en la televisión. Es innegable que es el medio de comunicación de masas que más influencia tiene en la sociedad actual y que

«La comunicación audiovisual está presente en cada aspecto de la vida cotidiana»

alcanza ámbitos de nuestras vidas que ni siquiera sospechamos. Todo el mundo tiene un televisor en su casa y, quien más y quien menos, acaba sucumbiendo a la tentación de quedarse mirando fijamente ese aparato que, no sin razón, muchos llaman 'la caja tonta'. Y puesto que es un medio que llega a millones de personas, todo lo que aparece, por muy inofensivo y arbitrario que parezca, está minuciosamente estudiado por estos expertos de la comunicación audiovisual. Su trabajo consiste en analizar

JOSÉ GABRIEL FERRERAS, VICEDECANO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA

«El sector audiovisual tiene importantes perspectivas de futuro»»

—¿Qué formación previa es aconsejable que tengan los estudiantes que se adentren en este grado?

—El perfil de ingreso propio de la titulación es el de una persona creativa, con interés por las cuestiones relacionadas con la comunicación y el lenguaje audiovisual y multimedia, con una cultura general sólida, una capacidad de expresión oral y escrita eficaz y con inquietud por la actualidad del sector: programación televisiva y radiofónica, cartelera de cine, exposiciones fotográficas, etc. Igualmente, es muy recomendable el conocimiento de otras lenguas, principalmente inglés.

—¿Cómo se estructura el plan de estudios? ¿A qué bloques se les da más peso?

—Hay un primer año que es común a los tres grados de Comunicación, donde se imparten materias más generalistas: Lengua Española, Historia, Documentación, Derecho, etc. A partir del segundo año, y continuando en el tercero y cuarto, comienza la especialización: hay asignaturas de enfoque más teórico, caso de materias como Teoría e Historia de los Medios Audiovisuales, Estructura de la Comunicación Audiovisual, Narrativa Audiovisual o Análisis y Efectos de los Discursos Audiovisuales, por ejemplo. Y hay otras de enfoque más aplicado y práctico, como las materias de Tecnología Audiovisual y Multimedia, Dirección

Producción y Realización, Posproducción Digital o Diseño Multimedia, entre otras. En cuarto curso, los alumnos tienen que escoger entre tres itinerarios diferentes: uno específico de CAV (con asignaturas sobre Ficción Seriada, Edición en Audio y Vídeo, etc.), y otros dos que se relacionan (y comparten alumnos) con los Grados de Periodismo y Publicidad, respectivamente.

—Las prácticas, ¿qué importancia tienen?

—Además de las prácticas internas en plató y estudios de radio y televisión, las prácticas externas obligatorias, el último año de carrera permite valorar de forma directa la aplicación de conocimientos, competencias y habilidades que los alumnos han adquirido durante el Grado, y que estos dominen algunas de las herramientas e instrumentos propios del ámbito de la Comunicación Audiovisual desde la perspectiva profesional. Las prácticas externas consisten en un trabajo de 200 horas en distintas cadenas de televisión, productoras, radios, periódicos o instituciones culturales, donde los alumnos son coordinados por profesionales a los cuales deben auxiliar en sus responsabilidades y donde, en ocasiones, pueden optar a un contrato de trabajo una vez finalizadas las prácticas.

—¿En qué sectores pueden trabajar los estudiantes egresados en este título?

—En diversos ámbitos laborales, desde el académico (la salida como docente e investigador experto en estudios audiovisuales), hasta los profesionales relacionados con la Comunicación Audiovisual: desde las tareas de guión y dirección-realización en los distintos medios audiovisuales, hasta la producción y gestión de audiovisuales, pasando por el diseño de producción y posproducción visual y sonora, entre otros.

—¿Hacia dónde se encamina el futuro de la profesión?

—A pesar de la crisis, el sector audiovisual sigue siendo uno de los que tiene mejores perspectivas de futuro. De hecho, los mismos problemas de financiación, junto a fenómenos como la aparición de la TDT, el cambio en los hábitos de consumo de los usuarios (con el uso de tablets y smartphones) o las nuevas herramientas audiovisuales (digitales), plantean todo un paisaje de nuevas oportunidades y necesidades. La clave para obtener empleo dentro de este contexto será la flexibilidad: los profesionales más buscados serán los que combinen su especialización con un rol más flexible. Y, para lograrlo, será imprescindible la formación en diferentes ámbitos de interés: por ejemplo, que un realizador no solo tenga conocimientos de edición y narrativa audiovisual, sino también conocimientos sobre TIC e Internet, posproducción, locución, etc. ✦

LORENA ALONSO, DIRECTORA DE MARKETING Y VENTAS DE MADRIDEASY

«En la facultad no nos enseñaron a exponer argumentos ni a desarrollar y defender ideas»»

LORENA Alonso estudió Comunicación Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos. Tras completar sus estudios en 2012, trabajó en Sur Madrid TV. Desde 2014, es directora de marketing y ventas en EasyMadrid. Se considera una persona emprendedora, segura de sus capacidades y muy comunicativa.

—¿Por qué decidiste apostar por esta licenciatura?

—En mi caso, siempre he sido una persona muy creativa y con una gran imaginación. Siempre he vivido con la gran ilusión de poder plasmar cada idea que se me pasaba por la mente en algo tangible o, en cierto modo, práctico y real. Consideré esta carrera una vía directa a la hora de poder desarrollar esto mismo; una manera de poder crear contenidos audiovisuales sea cual fuere el canal (radio, tv, prensa escrita...) así como poder transformar todas esas ideas de las que hablo en algo que me hiciera crecer tanto profesional como personalmente siendo éste, además, uno de mis hobbies.

—¿Qué te resultó más complejo a la hora de estudiarla?

—Todas esas asignaturas que no tienen “nada que ver” con esta carrera en sí misma (Derecho puro y duro, Economía, Historia de España...).

—¿Qué es lo que te habría gustado aprender en la facultad, pero nunca te enseñaron?

—No podría decir algo general, ya que el hecho de tener tantos profesores hizo que

cada uno de ellos me permitiera aprender y trabajar de manera distinta, pero sí me habría gustado que, en muchas ocasiones, nos hubieran dado tiempo a dialogar entre nosotros, en equipos, a discutir los temas. Aprender lo que es en realidad exponer tus argumentos, el desarrollar ideas y defenderlas. El crear contenidos audiovisuales y “venderlos” hasta el límite. Lo que, en realidad, te encuentras después en el ámbito corporativo. Se trata de una carrera de cinco años -actualmente cuatro al ser un grado- y creo que es tiempo más que suficiente para poder poner en práctica todas estas situaciones y encontrarte con ciertos obstáculos antes de salir a ese terreno hostil de la búsqueda y encuentro de trabajo “real”. Quizá un mejor entreno en la práctica habría sido de ayuda.

—¿Cómo ves el futuro de la comunicación audiovisual? ¿Qué influencia tienen actualmente las nuevas tecnologías y la viralidad de Internet en vuestra profesión?

—Yo creo que la comunicación audiovisual estará siempre ahí. Somos sujetos a los que les gusta entretenerse y los medios nos dan todo eso que nos permite desconectar diariamente de nuestro entorno. Ya sea de una manera u otra, siempre nos rodean infinitos dispositivos que nos ofrecen todo tipo de entretenimiento a la carta. La influencia de la novedad tecnológica es evidente, pero, en mi caso, puedo decir que se adapta cada vez más a las necesidades (o necesidades infundadas) en cada uno de nosotros. Demandamos contenidos y ofrecemos incluso más

de lo que se pide. Acomodamos al usuario y eso gusta. Es un no parar y un continuo de creación y desarrollo de ideas, pero he aquí donde emerge de nuevo la imaginación. Creo que siempre que haya buenas ideas se desarrollará y tendrá el éxito que merece. No encuentro motivo aparente para tener aversión a la viralidad de Internet o, incluso, a la difusión masiva que se da a diferentes exposiciones temporales; son cosas que gustan y hay que trabajar continuamente para hacer crecer los contenidos que realmente merecen un posicionamiento en la sociedad.

—¿Es una profesión con mucho intrusismo como ocurre en Periodismo o se respeta más la profesionalidad de quienes la ejercen?

—Nunca he trabajado puramente en el terreno del periodismo, pero sí lo conozco debido a mis estudios y experiencia en el sector y puedo decir que, aunque quizá sea uno de las áreas en las que más intrusismo existe, estamos en una sociedad en la que “cualquiera vale”. Con esto me refiero a que se ha perdido en general esa esencia de un buen perfil. En la actualidad, la inserción al mercado laboral en casi la totalidad de las profesiones de la rama de las ciencias sociales es algo de muy poca calidad y casi cualquiera puede acceder a ello con conocimientos muy pobres. Por otro lado, he de decir que soy fiel a la creencia de que ese buen perfil y la lucha y el duro trabajo de alguien que se lo merece, siempre destacará y se hará notar. ✨