



**D.ª ELENA MACULAN, SECRETARIA GENERAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA,**

C E R T I F I C A: Que en la reunión del Consejo de Gobierno, celebrada el día trece de diciembre de dos mil veinticuatro, fue adoptado, entre otros, el siguiente acuerdo:

06. Estudio y aprobación, si procede, de las propuestas del Vicerrectorado de Ordenación Académica.

06.01. El Consejo de Gobierno aprueba la implantación del “Grado en Comunicación”, según anexo.

Y para que conste a los efectos oportunos, se extiende la presente certificación haciendo constar que se emite con anterioridad a la aprobación del Acta y sin perjuicio de su ulterior aprobación en Madrid, a dieciséis de diciembre de dos mil veinticuatro.

MEMORIA ABREVIADA

GRADO EN COMUNICACIÓN (UNED)

Octubre 2024

Comisión Interfacultativa del

Grado en Comunicación

PARTE I: MEMORIA ACADÉMICA

1) NOMBRE Y DETALLES DEL TÍTULO

Título: Grado en Comunicación

Facultades y escuelas responsables: Facultad de Ciencias Políticas y Sociología; Facultad de Psicología; Facultad de Filosofía; Facultad de Derecho; Facultad de Filología; Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática; Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Facultad de Educación; Facultad de Ciencias.

Facultad a la que se adscribe: Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

Rama y ámbito al que se adscribe: Ciencias Sociales y Jurídicas. Ámbito de conocimiento: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.

Carácter nacional o internacional: Nacional

Número de plazas ofertadas: Como es la práctica en la UNED, los grados no tienen limitaciones en el número de plazas ofertadas.

Número de créditos:

Formativas básicas: 60 créditos (10 asignaturas)

Obligatorias: 132 créditos (22 asignaturas)

$60+132=192$

Total Grado: 240 créditos

Optativas: es necesario cursar 48 créditos (8 asignaturas).

Optativas que se ofrecen: 37.

2) JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO:

En los últimos años el ejercicio profesional de la comunicación, especialmente la del periodismo, se ha transformado de manera profunda, lo que exige una renovación de la enseñanza en el campo, que desde la UNED podemos cubrir. Esta renovación pasa por, en primer lugar, incorporar un conocimiento sólido -y dialógico-reflexivo- de los contextos sociales y políticos, en continua evolución, en los que tiene lugar el ejercicio profesional de la comunicación. En segundo lugar, es preciso una notable revisión de los fundamentos de formación básica que den sentido al ejercicio profesional, algo que va más allá de meros saberes técnicos. No se trata de formar “técnicos en comunicación” sino profesionales capaces de diseñar estrategias de comunicación. Existe una creciente demanda de actualización de los saberes disponibles para los profesionales de la comunicación para enfrentarse en el día a día a las exigencias de su ejercicio.

En particular, este grado puede ayudar a dar respuesta a los desafíos que plantea una de las transformaciones del campo profesional de la comunicación en los últimos años, el de la difuminación de las líneas de especialización. Obviamente siguen existiendo especializaciones y perfiles profesionales. Pero el proceso de integración básica de líneas inicialmente separadas ahora parece imparable. Igualmente, las tres líneas tradicionales,

esto es, el periodismo, la comunicación audiovisual y la publicidad y relaciones públicas, cada vez más emplean perfiles profesionales capaces de caminar de forma zigzagueante entre todas esas líneas. Por estas razones, este grado se ha pensado tomando en cuenta competencias que, atravesando todos los ejercicios concretos posibles de la profesión de comunicador, permitan a los egresados tener bases tanto para un ejercicio flexible de la profesión como para una futura especialización, de manera preferente en el posgrado.

Los estudiantes han mostrado una demanda creciente de este tipo de formación en el sistema público español, que no ofrece las plazas suficientes. Igualmente, las asociaciones de periodismo demandan estos estudios ante la necesidad de renovación de la profesión. Desde la UNED podemos cubrir parte de esa demanda. Contamos, además, con el precedente del éxito del Máster Oficial de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política.

Objetivos de la titulación:

-Ofrecer formación básica sobre los **procesos sociales, políticos e históricos** en los que tiene lugar el actual ejercicio profesional de la comunicación.

-Ofrecer un plan de estudios general pero con **amplia optatividad** que permita la concreción de los, a su vez, distintos enfoques de la comunicación, tanto del *estudio de la comunicación*, como del *estudio para comunicar*.

-Poner a disposición de los futuros graduados en la potencial nueva titulación conocimientos tanto del uso de las **nuevas técnicas** para la producción y difusión de mensajes, como de su **sentido e implicaciones**.

-Establecer un enfoque docente **activo, práctico, dinámico y reflexivo** en la impartición de cada una de las materias, incluidas aquellas que, inicialmente, parecen tener un sentido más teórico.

Resultados del aprendizaje:

En el planteamiento de los resultados del aprendizaje del nuevo grado en comunicación, hemos partido de las tareas que actualmente realiza un profesional de la comunicación. Esta opción se apoya en, al menos, tres asunciones.

En primer lugar, lo que hacen ahora los profesionales de la comunicación difícilmente será lo que van a hacer dentro de cuatro o cinco años, tomando este tiempo como el horizonte que surge hasta que se consiga la primera promoción de graduados del nuevo título. El campo de la comunicación experimenta un cambio acelerado, algo en lo que están de acuerdo todos los estudios que se han realizado sobre el mismo. Aun cuando existen matices en las concreciones de tales cambios, hay un común acuerdo en que: 1) habrá cambios; 2) es prácticamente imposible fijar el contenido preciso de tales cambios (incertidumbres sobre modelos de negocio, la extensión de todos los actores económicos a actores de la comunicación, etc.); y 3) buena parte de tales cambios se incrustan en el a su vez acelerado proceso de digitalización de las sociedades y del impacto en las mismas de la crisis ecológica. En resumen, estamos ante un profundo y amplio espectro de transformaciones en el contexto social de esta profesión y en el propio campo del ejercicio profesional, que hay que admitir que se proyectarán en sus tareas. Ahora bien y teniendo en cuenta que parece difícil formar en conocimientos, competencias y habilidades de tareas que aún están por venir, lo recomendable es recoger las tareas que se llevan a cabo en la actualidad y fijar su sentido práctico en forma de resultados de carácter general. Una

especie de “desoperacionalización” o paso de las tareas operativas a la lógica operativa que está detrás de tales tareas. Un grado multidisciplinar y general, que incluya tanto las aproximaciones que ofrecen las ciencias sociales y las humanidades, como las ciencias naturales y físicas, como el que aquí se propone es el mejor camino para alcanzar este objetivo dentro de los resultados. Esta perspectiva permitirá ofrecer herramientas a los y las futuras profesionales de la comunicación para enfrentarse a la aceleración del cambio tecnológico y de la crisis ecológica; y al mismo tiempo para participar activa e influyentemente en el debate social sobre esos dos aspectos.

En segundo lugar, hay que tomar en cuenta algunos procesos que afectan al ejercicio profesional de la figura que se está proponiendo. Consideramos tres:

1. La desaparición de las redacciones periodísticas, de esos espacios/fábricas de la información y la comunicación donde, entre otras muchas funciones, los recién titulados se socializaban en la profesión de la mano de los ya formados ejercientes. Por la experiencia, no es que los anfitriones hicieran un gran esfuerzo específico en la transmisión de conocimientos; pero, a través de lo que hacían y un conjunto de pruebas de tarea –casi ceremonias- supervisadas a que se sometía al recién llegado permitían que los nuevos se formasen. Existen brillantes etnografías que nos han descrito y explicado este tipo de formación, donde, por ejemplo, se aprendía cómo se selecciona una noticia y, por lo tanto, cómo se detecta lo que es noticia. En las viejas redacciones, con periodistas con sombrero, esto lo aprendían los nuevos mientras se les encargaba barrer la redacción. Claro está, tal proceso de desconcentración espacial de las tareas profesionales no es específica de la labor de los comunicadores. Estamos siendo testigos de su implantación acelerada en otros muchos campos, a partir de la pandemia y el teletrabajo. Algo que en el ejercicio periodístico se ha traducido en redacciones vacías. Pues bien, esta situación supone un reto para la formación universitaria de los futuros profesionales. Ya no puede consistir en la dotación de una serie de conocimientos generales sobre el campo profesional, bajo la suposición de que el aprendizaje del oficio se llevará en el lugar de inscripción del profesional. En muchos campos profesionales y en el de la comunicación, en particular, ya no hay lugar para aprender el oficio. Esto que es el oficio ha de ser generado en las propias universidades que certifican una serie de competencias. La actividad profesional se “autonomiza” en prácticamente todos sus sentidos. En el desarrollo de las funciones y en la formación-socialización de las mismas. También, como pone de relieve en nuestro sistema de figuras de la Seguridad Social, aumenta el protagonismo del “trabajador autónomo” en nuestra economía, en detrimento del asalariado. En el aprendizaje, el proceso autónomo tiene en la educación a distancia una de sus concreciones más destacadas. Algo que señala directamente a la ventajosa capacidad de la UNED para desarrollar este tipo de aprendizaje. De hecho, las universidades privadas ya han iniciado este camino con formas de enseñanza semi-presencial. La UNED sería la primera universidad pública en ofrecer este tipo de grado con la modalidad de educación a distancia, en la que somos pioneros y los más calificados en España para llevarlo a cabo.
2. La difuminación de la separación entre las líneas que tradicionalmente en nuestro país se dividían los estudios universitarios de comunicación: periodismo, comunicación audiovisual y publicidad o relaciones públicas. Claro que, en una mayor escala de especialización profesional, nos encontramos con redactores, directores de cine o directores de comunicación. Claro que siguen existiendo especializaciones y perfiles profesionales. Pero el proceso de integración básica de estas inicialmente líneas separadas parece imparable. Por no hablar de los zigzagueantes pasos entre las tres líneas que registran cada vez más trayectorias profesionales. De aquí que, en una titulación de grado, sea pertinente ofrecer conocimientos que, atravesando todos los ejercicios

concretos posibles de la profesión de comunicador, permitan al titulado franquear la barrera hacia la especialización posterior y enfatizar su capacidad para imaginar estrategias comunicativas amplias. Es en los cursos de postgrado donde ha de tener un lugar preferente tal especialización. Esta propuesta significaría el primer grado en una universidad pública española que abarcaría todos los campos de la comunicación, una demanda de muchos de los estudiantes que se adentran en el mundo de la comunicación, lo que nos dará una ventaja significativa.

3. A consecuencia de los dos procesos anteriormente señalados se ha producido una individualización del trabajo comunicativo. Cada vez más, el profesional de la comunicación trabaja en solitario –en su casa, por ejemplo- en colaboración, en todo caso, con equipos que suele conformar *ad hoc* para cada proyecto particular. Y, además, tiene que llevar a cabo tareas que, antes y en el espacio de la redacción o el departamento de comunicación, estaban funcionalmente divididas. Puede decirse que, ahora y con relativa independencia de que el ejercicio profesional se lleve a cabo bajo la figura del contrato laboral o del trabajador con contrato por servicio (trabajador autónomo, free lance y otras denominaciones), el profesional de la comunicación lo tiene que hacer casi todo o, al menos, tiene que saber organizar y organizarse en lo que hay que hacer de ese todo. Puede decirse que los medios de comunicación, por utilizar una categoría aún reconocida, se están constituyendo en una especie de grandes continentes de ejercicios profesionales individuales. En estos días, el exitoso editor del *Washington Post* asemejaba los medios a una especie de plataformas tipo Spotify. Las competencias en las que hay que formar han de aceptar este reto del trabajo individual en equipo autoorganizado.

En tercer lugar, tenemos que considerar los fundamentos de los dos tipos de asunciones presentadas hasta el momento. Éstas surgen de observaciones, forzosamente limitadas, del ejercicio profesional de un relativamente limitado número de profesionales. Observación empírica directa a partir de lo que hacen y de lo que nos han dicho que hacen, a partir de nuestras preguntas. Sin pretensión alguna de generalización, ni de método, se ha preguntado a profesionales que trabajan en lo que puede considerarse aún una redacción; a quienes han creado y desarrollan su propio diario digital, con un conjunto de colaboradores; a los que llevan comunicación institucional corporativa; a los que se ganan la vida desde la consultoría y la asesoría de comunicación; a alguno que, en los propios medios de comunicación, ha pasado de la redacción a proponer y diseñar servicios comunicativos para las marcas y empresas que son clientes del medio... Una pequeña muestra de la gran cantidad de caminos que puede tener la profesión de la comunicación. Pero que nos han servido para aterrizar en estos resultados de aprendizaje.

Tareas transversales: ¿qué es lo que fundamentalmente hacen los que se dedican a la profesión de la comunicación?

Redactar: Aun cuando la denominación de “redactor” suene un tanto añeja, sigue siendo reconocida como la que principalmente se desarrolla. La producción de textos sigue siendo una tarea esencial del comunicador. Incluso, cuando no redactan originalmente los textos, llevan a cabo tareas de edición de los textos redactados por otros, ya sea teniendo una proyección exterior (notas de prensa o artículos, por ejemplo), ya sea con una proyección hacia el interior de las organizaciones (notas interiores).

Dar sentido propio a la información disponible: Se tiene de manera consensuada que, con internet, la mayor parte de la información está disponible en la “red”. Se reconoce que es muy difícil la producción de información propia y que la producción de esta

información propia/original es comparativamente muy costosa y formaría parte de una especialización organizativa (equipos de investigación periodística), sumamente exclusivos. Sin embargo, lo que se hace es dar valor propio, estilizar (como estilo propio), dar “valor añadido” y sentido propio a esa información disponible. Entre otros objetivos, organizándola de manera diferencial, reconociendo que esta es una de las labores clásicas del periodismo –dar orden a la información existente- se tiene la creciente importancia que tiene la individualización/personalización de este proceso organizativo de la información, frente a su carácter colectivo anterior, cuando el medio de comunicación marcaba las líneas. También, dando preferencia a otros contextos. Desestandarizar la información es una manera de reforzar el vínculo con la audiencia propia. Lo que denominan dar el toque personal. Aun cuando esta tarea forma parte de las realizadas a quienes se encuentran de manera especializada en la información, los que trabajan en otras áreas (consultoría, asesoramiento de portavoces, etc.) han dado cuenta de esa necesidad de diferenciarse en la comunicación.

Localizar, procesar, presentar y representar información compleja: En estrecha relación con lo anterior, se apunta que ese sentido propio exige la tarea de “traducir”, al estilo propio y a los marcos cognitivos de la potencial audiencia a la que se quiere acceder, informaciones cada vez más complejas que es necesario localizar, procesar, verificar para poder presentar y representar adecuadamente.

Hablar delante de micrófono/cámara/al público: Se reconoce que, como material autónomo o acompañando textos, la extensión de presentaciones orales a través de cámara y la grabación de audiovisuales se ha convertido en algo habitual en el campo profesional.

Producción/edición de mensajes audiovisuales: Diseño y realización de pequeños mensajes audiovisuales, donde se articula la voz propia con voz de otros (entrevistados, voces archivadas, etc.), al igual que la imagen propia, con imágenes de distintos orígenes (producidas originalmente, de archivos o bancos de datos, etc.).

Difusión multimedia y en plataformas de comunicación social: A diferencia de momentos anteriores, el compromiso con el producto no queda en “pasarle a la rotativa, supervisar las primeras planchas y ¡ya!”. Para asegurar la mayor difusión de sus trabajos, los profesionales se comprometen en su difusión en distintos medios y, sobre todo, en las distintas “redes sociales” (*social media*).

Llevar a cabo esta difusión significa tener en cuenta la optimización de la difusión en el momento de la redacción de textos o producción de mensajes. Así, con cierto tono de queja, se establece la subordinación a las exigencias de los actuales algoritmos de difusión en los buscadores de internet.

Interpretar y actuar en los contextos organizativos: En la medida que los profesionales trabajan más autónomamente, se señala como tarea –y esfuerzo- el conocimiento del contexto organizativo en el que se han de desarrollar las tareas de comunicación. Esto se proyecta tanto internamente –hacia la organización, medio de comunicación o corporación, tomando dos organizaciones conocidas, para la que se trabaja- como externamente, las organizaciones que son clientes o usuarios del servicio de comunicación que se realiza. Solo a partir de este conocimiento es posible diseñar estrategias de comunicación. Cada servicio o producto de comunicación elaborado – desde textos a eventos- se realiza en un encadenamiento de servicios o productos. Desde el rendimiento comunicativo posterior del propio producto o servicio comunicativo, con la finalidad de cumplir con los objetivos generales comunicativos de la organización. Diciéndolo sintéticamente: ya no se trata de reaccionar a encargos (ejemplo clásico: una

rueda de prensa) sino de establecer la estrategia de comunicación, con sus objetivos, en la que se incrusta esa acción. Pensar la estrategia es una tarea que, al menos, conlleva conocimiento del campo en el que se realiza la acción y el esfuerzo de la reflexión.

Conocimiento y gestión de la propia audiencia: en todo momento, el comunicador ha de conocer los perfiles, inclinaciones, gustos, preocupaciones de la audiencia que el propio comunicador produce; así como el conocimiento de las audiencias que el profesional de la comunicación ha de capitalizar, para poner a disposición de sus clientes directos (patrocinadores, corporaciones, etc.) o indirectos (los del medio de comunicación). Aquí existe un debate entre adaptación subordinada a las expectativas de esas audiencias y, por otro lado, generación de esas audiencias a partir de la propia conformación/formación de las mismas. Entre hacer lo que demandan las audiencias o producción de esa demanda de las audiencias. En todo caso, hay un acuerdo en que tal gestión ha pasado, en parte, de ser preocupación exclusiva de determinados departamentos de la organización, a ser preocupación individualizada de los profesionales.

Actuar conforme a normas en el ámbito de la comunicación: Asimismo, el comunicador del siglo XXI ha de poner en valor su trabajo dentro de una sociedad organizada en torno a unas normas básicas complejas y cambiantes que ha de comprender y reconocer en todas sus dimensiones, no solo legales, sino sobre todo éticas y deontológicas.

Construir horizontes de ejercicio profesional: También, el comunicador de hoy se enfrenta a la necesidad de desarrollar su profesión, de optar por la mejor manera de transmitir el mensaje, de llegar a su público o su audiencia. Para ello, ha de conocer las prácticas y predisposiciones que la colectividad profesional está desarrollando en el contexto actual y desde la posición y experiencia hasta ahora acumulada.

Comprender ámbitos especializados: Muy vinculado a la anterior tarea está la de desarrollar la tarea de formación profesional en ámbitos especializados de comunicación actualmente centrales como el político, el económico, el científico, el medioambiental, el tecnológico, el del ocio o el internacional.

Del qué hacer al cómo hacer

Las tareas de profesionales actuales de la comunicación referidas están lejos de ser una novedad. De hecho, al traducirlas en competencias, puede decirse que están en los diseños de buena parte de las titulaciones actuales en este campo profesional y en las propuestas de la ANECA (Libro Blanco Grado Comunicación, de 2005). La siguiente pregunta consiste en cómo lograr que los titulados del nuevo Grado de Comunicación las sepan hacer. Esto quiere decir que las sepan hacer bien, de manera que posibilite la diferenciación de estos nuevos profesionales, de otros profesionales.

Para el cómo desarrollarlas, se plantean tres niveles.

- 1) El nivel de la práctica: solo surgirán en los estudiantes estas competencias y habilidades si se ejercitan de una manera continua a lo largo del proceso de formación en la titulación. Por lo tanto, hay que concebirlas como parte del resultado global de aprendizaje, que han de estar presentes, en su totalidad o parcialmente, en el desarrollo de todo el plan de estudios: en todas las asignaturas. Lo que antes se aprendía, de una manera más o menos difusa, pero muy eficaz, en las redacciones de los periódicos, radios o programas de televisión, o en los departamentos de comunicación, se propone pasar a aprenderse, asimismo de

manera difusa, a lo largo de toda la titulación, ahora bajo la tutela del conjunto de profesores.

- 2) El nivel de la correcta aplicación: para la concreción futura de algunas de estas habilidades necesitan ser ofertadas en propuestas de contenidos instructivos concretos. En la transmisión de cómo hacerlo correctamente. Se piensa, sobre todo, en la oferta de contenidos instrumentales muy específicos que no pueden ser soportados por los distintos diseños de las asignaturas, como puede ser el Derecho de la Comunicación, que presenta los contenidos de lo que se puede y no se puede decir/informar/comunicar.
- 3) El nivel de los contextos: en la medida que el buscado valor diferencial de las unidades comunicativas (textos, noticias, campañas, etc.) depende del especial sentido que se dé a las mismas, y que tal sentido está determinado por los contextos en los que se inscriba tal unidad, se hace necesario que el estudiante tenga un conocimiento amplio y profundo de los principales contextos de inscripción, que pueden, además, operar en distintas especializaciones temáticas. La estudiante debe estar capacitada para analizar contenidos a través de su conocimiento contextual de los fenómenos sociales y de comunicación. Entre tales contextos destacan los planos social, político, económico, científico, medioambiental o artístico-cultural. La incorporación por parte del estudiante de estos contextos es uno de los resultados más importantes de este grado, principalmente en términos de conocimiento general, pero que son una base fundamental que se traduce en las competencias y habilidades específicas aportadas por cada asignatura.

Estas reflexiones anteriores pueden traducirse de forma gráfica en el siguiente cuadro, en el que se recogen los resultados de aprendizaje esperados del nuevo grado, divididos en conocimientos, competencias y habilidades, que servirán de base para la propuesta de nuevo grado.

CUADRO DE RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL GRADO EN COMUNICACIÓN

CONOCIMIENTOS	
Comprender mensajes, en particular los mensajes audiovisuales	CN1
Comprender los contextos relacionales sociales, y al mismo tiempo el contexto humano en su imbricación en la naturaleza	CN2
Sentido de la complejidad y uso de la información	CN3
Comprender el sistema de comunicación global, incluyendo su impacto en las cuestiones medioambientales	CN4
Entender las organizaciones, su funcionamiento y sus relaciones sistémicas	CN5
Entender las dimensiones éticas y normativas del acto comunicativo	CN6
Conocer la historia y evolución de la producción informativa	CN7

COMPETENCIAS	
Comprensión de los principios básicos de la comunicación oral y escrita	CM1
Dar sentido a la información disponible en su contexto relevante. Analizar los contenidos	CM2
Localizar, verificar y contrastar fuentes, filtrar los contenidos procedentes de Internet. Gestionar la información	CM3
Analizar y descodificar las estructuras, contenidos y estilos de la comunicación radiofónica y televisiva	CM4
Conocer las redes de comunicación, su estructura, aplicaciones y servicios	CM5
Conocer la organización empresarial y el sector de la comunicación, así como la estructura de los medios digitales, las nuevas tendencias y los elementos de la narración digital y su visualización.	CM6
Comprender el comportamiento de las audiencias, en medios audiovisuales y como usuarios de Internet	CM7
Reconocer y adaptar las actuaciones a las dimensiones éticas y deontológicas de la comunicación mediada	CM8
Conocer los distintos habitus profesionales de la comunicación y su contexto histórico	CM9
Comprender las lógicas y funcionamiento de cada campo de especialización informativa	CM10
Detectar la información fraudulenta, comprender los riesgos del nuevo y cambiante paisaje mediático	CM11
HABILIDADES	
Emplear correctamente la lengua en cada uno de los ámbitos específicos de la comunicación. Redacción.	H1
Diseñar los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos	H2
Capacidad para diseñar formatos de expresión pública, directa o ante cámara	H3
Producción y edición de mensajes audiovisuales. Utilización de técnicas narrativas y tecnológicas adecuadas para ese objetivo.	H4
Difusión multimedia y en plataformas de comunicación. Producción y gestión de imágenes y contenidos informativos de las instituciones, medios y empresas.	H5
Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación en función de los distintos sistemas organizativos. Diseñar acontecimientos dentro de una estrategia planificada de comunicación en distintos contextos organizativos. Desarrollar	H6

proyectos empresariales y multimedia.	
Diseño, implementación y evaluación de plataformas digitales. Organización de la información en el entorno digital para lograr la correcta experiencia del usuario.	H7
Construir horizontes de ejercicio profesional, y una perspectiva sobre los campos de especialización en la profesión de comunicación.	H8

3) PLAN DE ESTUDIOS:

El plan de estudios del Grado en Comunicación se desarrolla en ocho semestres, y se compone de asignaturas Formativas Básicas, Obligatorias y Optativas, todas de 6 créditos, a excepción del Proyecto de Investigación (4 créditos) que sirve de materia preparatoria al TFG y del propio TFG (8 créditos).

Número de créditos necesarios para que el grado tenga menciones según RD 822/2021:

Formativas básicas: 60 créditos (10 asignaturas)

Obligatorias: 132 créditos (22 asignaturas)

60+132=192

Total Grado: 240 créditos

Optativas: es necesario cursar 48 créditos (8 asignaturas).

Optativas que se ofrecen: 36.

El plan de estudios combina la formación general y multidisciplinar, que es uno de los activos de este grado, con una amplia optatividad. Se ofertan 37 asignaturas optativas, de las que será necesario cursar 8. Además, pensando en esa combinación de aproximación holística a las cuestiones comunicativas y posibilidades de iniciar un camino de especialización, se han diseñado 4 menciones. En todas ellas hay que cursar al menos ocho asignaturas (48 créditos) para obtener la mención. De modo que el estudiante puede elegir hacer el grado sin mención, escogiendo las optativas que desee entre el total ofertado, o hacer una de las cuatro menciones.

Las menciones propuestas son las siguientes:

1º) *Comunicación en una sociedad plurilingüe.*

Se compone de las siguientes asignaturas:

- Comunicación escrita en lengua catalana
- Comunicación escrita en lengua gallega
- Comunicación escrita en lengua vasca
- Comunicación intercultural oral y escrita en inglés
- Comunicación oral y escrita en lengua francesa
- Comunicación intercultural oral y escrita en lengua italiana
- Alemán básico para la comunicación oral y escrita
- El mundo francófono contemporáneo
- Italia: comunicación, lenguaje y cultura en el contexto europeo

2º) *Comunicación y Cultura en una Sociedad Global*

Asignaturas:

- Historia política y social de España en el siglo XX

- Literatura y medios de comunicación
- Comunicación y culturas populares
- Comunicación en tiempos de crisis ecosocial
- Ética y deontología de la comunicación
- Industrias culturales
- Herramientas avanzadas y metodología para la visualización de la información
- Campos profesionales de la comunicación
- Metodología cualitativa para la investigación en comunicación
- Tendencias literarias en la cultura contemporánea

3º) *Tecnologías de la Comunicación*

Asignaturas:

- Taller de edición radiofónica
- Narrativa de lo audiovisual: reportaje y documental
- Comunicación, cine y ficción audiovisual
- Introducción a la producción visual
- Teoría e historia de la televisión
- Comunicación e Inteligencia Artificial
- Comunicación y tecnología
- Traducción y accesibilidad audiovisual
- Herramientas avanzadas y metodología para la visualización de la información

4º) *Ciencia y Comunicación*

Asignaturas:

- Comunicación científica
- Ciencia, tecnología y sociedad
- Introducción al pensamiento científico
- Filosofía de las Ciencias Sociales
- Fact checking en tiempos de algoritmos
- Comunicación e Inteligencia Artificial
- Cultura y comunicación en el Mundo Clásico

- Implicaciones sociales de la utilización de la inteligencia artificial
- Metodología cualitativa para la investigación en Comunicación.

Distribución de las Asignaturas FB y Obligatorias por cursos y semestres:

Distribución de FB y Ob por curso	FB		OB		OPTATIVAS**		Total
	1	2	1	2	1	2	
Semestre	1	2	1	2	1	2	
Curso Primero	5	5	0	0	0	0	10
C. Segundo			5	5	0	1	11
C. Tercero			4	3	1	2	10
C. Cuarto*			2	3	3	1	9
Total	5	5	11	11	4	4	40

*El TFG se cuenta tanto en OB1 como en OB2 al ser anual.

**El/la estudiante debe cursar 8 optativas para obtener el título. Puede distribuirlas como quiera a lo largo de los tres cursos. De forma orientativa se indican los cursos en que podría tener sentido realizar dichas asignaturas y cuántas en cada cuatrimestre.

TABLA DE ASIGNATURAS FB Y OB POR TIPO, CURSO Y SEMESTRE

Primer semestre	Segundo semestre
PRIMER CURSO	
Historia Universal del siglo XX (FB)	Comunicación y Sociedad (FB)
La sociedad global. Procesos sociales del mundo contemporáneo (FB)	Historia de la Comunicación (FB)
Psicología Social de la comunicación (FB)	Teoría de la Comunicación (FB)
Conceptos y procesos políticos en el mundo contemporáneo (FB)	Comunicación y Género (FB)
Cultura y Comunicación en el mundo contemporáneo (FB)	Derecho de la Comunicación (FB)
SEGUNDO CURSO	
Comunicación Oral en Lengua Española. Medios audiovisuales (OB)	Comunicación Escrita en Lengua Española (OB)
Introducción a la Economía de la empresa de comunicación (OB)	Análisis estadístico de datos para comunicadores (OB)
Selección, gestión y análisis aplicado de la información (OB)	Diseño digital y experiencia de usuario en comunicación (OB)
Comunicación pública y democracia (OB)	Interpretación y visualización de datos (OB)
Marketing y Comunicación I (OB)	Introducción al lenguaje visual (OB)
TERCER CURSO	
Taller de redacción y producción comunicativa I (OB)	Estudio de la Opinión Pública (OB)
Marketing y Comunicación II (OB)	Taller de redacción y producción comunicativa II (OB)

Relaciones Internacionales (OB)	Proyecto de investigación, análisis crítico y escritura (asignatura preparatoria TFG) (OB)
Análisis y gestión de la audiencia (OB)	
CUARTO CURSO	
Comunicación política (OB)	Gestión comunicativa y redes sociales (OB)
	Marketing y Comunicación III (OB)
Proyecto de investigación, análisis crítico y escritura + TFG (OB)	

Optativas a realizar en segundo, tercero o cuarto:

ASIGNATURAS	TIPO	Curso	Semestre
Comunicación en tiempos de crisis ecosocial	Optativa	segundo	2
Literatura y medios de comunicación	Optativa	segundo	2
Historia de la imagen en la comunicación	Optativa	segundo	2
Ética y deontología de la comunicación	Optativa	segundo	2
Campos profesionales de la comunicación	Optativa	tercero	1
Historia política y social de España en el siglo XX	Optativa	tercero	2
Comunicación y culturas populares	Optativa	tercero	1
Metodología cualitativa para la investigación en comunicación	Optativa	tercero	1
Herramientas avanzadas y metodología para la visualización de información	Optativa	tercero	1
Industrias culturales	Optativa	tercero	1
Comunicación intercultural oral y escrita en inglés	Optativa	tercero	1
Tendencias literarias en la cultura contemporánea	Optativa	tercero	1
Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación escrita en lengua catalana	Optativa	tercero	1
Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación escrita en lengua gallega	Optativa	tercero	1
Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación escrita en lengua vasca	Optativa	tercero	1
Introducción a la producción audiovisual	Optativa	tercero	2
Taller de edición radiofónica	Optativa	tercero	2
Narrativa de lo audiovisual: reportaje y documental	Optativa	tercero	2
Comunicación, cine y ficción audiovisual	Optativa	tercero	2

Teoría e historia de la televisión	Optativa	tercero	2
Alemán básico para la comunicación oral y escrita	Optativa	tercero	2
El mundo francófono contemporáneo (impartida en castellano)	Optativa	tercero	2
Comunicación oral y escrita en lengua francesa (nivel B1) (impartida en francés)	Optativa	tercero	2
Comunicación intercultural oral y escrita en lengua italiana	Optativa	tercero	2
Italia: comunicación, lenguaje y cultura en el contexto europeo	Optativa	tercero	2
Implicaciones sociales de la utilización de la inteligencia artificial	Optativa	cuarto	2
Comunicación científica	Optativa	cuarto	1
Comunicación y tecnología	Optativa	cuarto	1
Comunicación y educación	Optativa	cuarto	1
Traducción y accesibilidad audiovisual	Optativa	cuarto	1
Ciencia, tecnología y sociedad	Optativa	cuarto	1
Introducción al pensamiento científico	Optativa	cuarto	1
Filosofía de las Ciencias Sociales	Optativa	cuarto	1
Comunicación e Inteligencia Artificial	Optativa	cuarto	1
Fact checking en tiempos de algoritmos	Optativa	cuarto	2
Comunicación económica y financiera	Optativa	cuarto	2
Cultura y comunicación en el Mundo Clásico	Optativa	cuarto	2

Tabla de adscripción a Departamentos de las asignaturas:

Asignatura	Departamento
Historia universal del siglo XX	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Hª Social y del Pensamiento Político)
La sociedad global. Procesos sociales del mundo contemporáneo	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología III)
Psicología social de la comunicación	Facultad de Psicología (Departamento de Psicología Social y de las Organizaciones)
Conceptos y procesos políticos en el mundo contemporáneo	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Historia Social y del Pensamiento Político)
Cultura y comunicación en el mundo contemporáneo	Facultad de Filosofía (Departamento de Antropología)
Comunicación y sociedad	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología II)
Historia de la comunicación	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Historia Social y del Pensamiento Político)
Derecho de la comunicación	Facultad de Derecho (Departamento de Derecho Constitucional)
Teoría de la comunicación	Facultad de Filología (Departamento de Lengua Española y Lingüística General)
Comunicación y género	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología III)
Comunicación oral en lengua española. Medios audiovisuales	Facultad de Filología (Departamento de Lengua Española y Lingüística General)
Comunicación escrita en lengua española	Facultad de Filología (Departamento de Lengua Española y Lingüística General)
Taller de redacción y producción comunicativa I	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área de Comunicación)
Taller de redacción y producción comunicativa II	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área de Comunicación)
Selección, gestión y análisis aplicado de la información	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (Departamento de Sistemas de Comunicación y Control)
Comunicación pública y democracia	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, (Departamento de Sociología II)
Interpretación y visualización de datos	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, (Departamento de Sociología II)
Análisis estadístico de datos para comunicadores	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología I)
Introducción al lenguaje visual	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área de Comunicación)
Diseño digital y experiencia de usuario en comunicación	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (Departamento de Informática y Automática)

Gestión comunicativa y redes sociales	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (Departamento de Informática y Automática)
Marketing y comunicación I	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Departamento de Economía de la empresa y contabilidad.)
Marketing y comunicación II	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Departamento de Economía de la empresa y contabilidad.)
Marketing y comunicación III	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Departamento de Economía de la empresa y contabilidad.)
Introducción a la economía de la empresa de comunicación	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Departamento de Organización de empresas)
Relaciones internacionales	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Ciencia Política y de la Administración)
Estudio de la opinión pública	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología I)
Análisis y gestión de la audiencia	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, (Departamento de Sociología I)
Comunicación política	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Ciencia Política)
Proyecto de investigación, análisis crítico y escritura (asignatura preparatoria TFG)	Todas las facultades.
TFG	Todas las facultades. (Área de Comunicación de manera preferente)
Campos profesionales de la comunicación	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área Comunicación)
Implicaciones sociales de la utilización de la inteligencia artificial	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología III)
Herramientas avanzadas y metodologías para la visualización de la información	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (Departamento de Inteligencia Artificial, Departamento de Sistemas de Comunicación y Control, Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos)
Comunicación en tiempos de crisis ecosocial	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología II); Facultad de Ciencias (Departamento de Física Matemáticas y de Fluidos)
Historia política y social de España en el siglo XX	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Historia Social y del Pensamiento Político)

Metodología cualitativa para la investigación en comunicación	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología I)
Introducción a la producción audiovisual	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área de Comunicación)
Fact checking en tiempos de algoritmos	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área Comunicación)
Comunicación e Inteligencia Artificial	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos)
Literatura y medios de comunicación	Facultad de Filología (Departamento de Literatura Española y Teoría de Literatura)
Historia de la imagen en la comunicación	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Historia Social y del Pensamiento Político)
Industrias culturales	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, (Departamento de Sociología I)
Ética y deontología de la comunicación	Facultad de Filosofía (Departamento de Filosofía Moral)
Taller de edición radiofónica	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área Comunicación)
Narrativa de lo audiovisual: reportaje y documental	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área Comunicación)
Comunicación, cine y ficción audiovisual	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área Comunicación)
Comunicación económica y financiera	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Departamento de Economía aplicada)
Teoría e historia de la televisión	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Área de Comunicación)
Comunicación científica	Facultad de Filosofía (Departamento de Lógica, Historia y Filosofía de la Ciencia)
Comunicación y tecnología	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (Departamento de Sistemas de Comunicación y Control, Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos)

Comunicación y educación	Facultad de Educación (Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales)
Comunicación y culturas populares	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Departamento de Sociología I)
Comunicación intercultural oral y escrita en inglés	Facultad de Filología (Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas)
Traducción y accesibilidad audiovisual	Facultad de Filología (Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas)
Alemán básico para la comunicación oral y escrita	Facultad de Filología (Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas)
El mundo francófono contemporáneo (impartida en castellano)	Facultad de Filología (Departamento de Filología Francesa)
Comunicación oral y escrita en lengua francesa (nivel B1, impartida en francés)	Facultad de Filología (Departamento de Filología Francesa)
Tendencias literarias en la cultura contemporánea	Facultad de Filología (Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas)
Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación escrita en lengua catalana	Facultad de Filología (Departamento de Filología Clásica)
Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación escrita en lengua gallega	Facultad de Filología (Departamento de Filología Clásica)
Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación escrita en lengua vasca	Facultad de Filología (Departamento de Filología Clásica)
Cultura y comunicación en el Mundo Clásico	Facultad de Filología (Departamento de Filología Clásica)
Ciencia, tecnología y sociedad	Facultad de Filosofía (Departamento de Lógica, Historia y Filosofía de la Ciencia)
Introducción al pensamiento científico	Facultad de Filosofía (Departamento de Lógica, Historia y Filosofía de la Ciencia)
Filosofía de las Ciencias Sociales	Facultad de Filosofía (Departamento de Lógica, Historia y Filosofía de la Ciencia)
Comunicación intercultural oral y escrita en lengua italiana	Facultad de Filología (Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas)
Italia: comunicación, lenguaje y cultura en el contexto europeo	Facultad de Filología (Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas)

Hay que señalar que además de estas materias que forman parte del plan de estudios del grado, la Comisión Interfacultativa tiene el acuerdo de ofrecer una serie de seminarios regulares que se ocupen de cuestiones transversales, explorando la dimensión comunicativa de las diversas disciplinas que componen la titulación, impartidos por especialistas en esas materias. Esos seminarios se incorporarán a las plataformas de enseñanza de las diversas asignaturas del grado y formarán parte del aprendizaje global que realicen nuestros estudiantes.

4) ACCESO Y ADMISIÓN:

El acceso al Grado en Comunicación se realizará siguiendo la normativa vigente. Podrán acceder al Grado en Comunicación los estudiantes que estén en posesión del título de Bachiller o equivalente y que hayan superado la prueba de acceso a la Universidad. Igualmente podrán acceder quienes hayan superado la prueba de acceso para mayor de 25 años y quienes hayan acreditado según los procedimientos establecidos por el gobierno una determinada experiencia laboral o profesional, aunque no dispongan de la titulación académica legalmente requerida al efecto de carácter general.

Como establece la legislación vigente se reservarán al menos un 5 por ciento de las plazas ofertadas para estudiantes con un grado de discapacidad reconocido igual o superior al 33 por ciento, así como para estudiantes con necesidades de apoyo educativo permanentes asociadas a circunstancias personales de discapacidad, que en sus estudios anteriores hayan precisado de recursos y apoyos para su plena inclusión educativa.

Además, en estos casos de necesidades educativas especiales se ofrecerán servicios de apoyo y asesoramiento adecuados. La UNED cuenta con la ventaja de un Centro de Atención a Universitarios con Discapacidad (UNIDIS), parte del Vicerrectorado de Estudiantes e Inclusión, que vela porque los estudiantes con discapacidad puedan gozar de las mismas oportunidades que el resto de los/as estudiantes de la universidad. UNIDIS sirve de conexión con los estudiantes con necesidades educativas especiales, solicitando al profesorado la preparación de material didáctico específico o de exámenes especiales. La trayectoria de UNIDIS es una garantía de la plena integración de los alumnos con discapacidad al futuro grado en Comunicación.

5) PROFESORADO

El Grado en Comunicación de la UNED tiene dos características centrales: se trata de una titulación general, que abarca los campos habitualmente divididos de periodismo, publicidad y comunicación audiovisual, y además, y relacionado con lo anterior, se trata de un grado que apuesta abiertamente por la multidisciplinariedad y la interdisciplinariedad. Por ello, el Grado que proponemos se basa en un profesorado muy numeroso procedente de varias facultades y departamentos de la Universidad, además de la nueva área de Comunicación que se está creando en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Estos son elementos que fortalecen y

distinguen nuestra propuesta. A ellos hay que sumar el hecho excepcional en los títulos en Comunicación en España de la participación de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática en el Grado, vinculado a cuestiones punteras como la Inteligencia Artificial.

Los Departamentos de la UNED (y por tanto sus docentes) que se han comprometido en participar en el Grado en Comunicación son los siguientes (agrupados por Facultades):

Facultad de Ciencias Políticas y Sociología:

- Área de Comunicación
- Departamento H^a Social y del Pensamiento Político
- Departamento de Sociología I
- Departamento de Sociología II
- Departamento de Sociología III
- Ciencia Política

Facultad de Psicología:

- Departamento de Psicología Social y de las Organizaciones

Facultad de Derecho:

- Departamento de Derecho Constitucional

Facultad de Filosofía:

- Departamento de Antropología
- Departamento de Lógica, Historia y Filosofía de la Ciencia
- Departamento de Filosofía Moral

Facultad de Filología:

- Departamento de Lengua Española y Lingüística General
- Departamento de Literatura Española y Teoría de Literatura
- Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas
- Departamento de Filología Francesa
- Departamento de Filología Clásica

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática:

- Departamento de Inteligencia Artificial
- Departamento de Sistemas de Comunicación y Control
- Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos
- Departamento de Informática y Automática

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales:

- Departamento de Economía de la empresa y contabilidad.
- Departamento de Organización de empresas

-Departamento de Economía aplicada

Facultad de Educación:

-Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales

Facultad de Ciencias:

-Departamento de Física Matemática y de Fluidos

Porcentaje por facultades:

El grado es un grado interfacultativo, pero tiene su sede en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, donde se sitúa el Área de Comunicación. Así que la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología tiene asignadas casi la mitad de los créditos del grado, un 43,84% en concreto, de los que un 31% corresponden al Área de Comunicación. La distribución del resto de facultades es el siguiente:

-Facultad de Filología: 24,61%

-Facultad de Filosofía: 9,23%

-Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática: 9,23%

-Facultad de Económicas: 7,69%

-Facultad de Psicología: 1,53%

-Facultad de Derecho: 1,53%

-Facultad de Educación: 1,53%

-Facultad de Ciencias: 0,76%

La **Comisión de Coordinación** estará compuesta por el Decano de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, que actuará de Presidente; por el Secretario de la Facultad de Ciencias Políticas; por el Vicedecano de Estudiantes, Nuevas Titulaciones y Comunicación, que será en una primera fase Coordinador del Título; por un/a representante del PAS; un/a representante de los estudiantes; un/a representante de los profesores tutores; y un profesor o profesora de cada departamento con una asignatura obligatoria en el plan de estudios del grado. Independientemente de si sea o no el Vicedecano de Estudiantes, Nuevas Titulaciones y Comunicación, el Coordinador del Grado, este siempre será un profesor permanente de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

6) CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

Nuestro propósito es que, una vez esta memoria sea aprobada por parte del Grupo de Trabajo Interfacultativo, a lo largo del mes de octubre de 2024 las respectivas Juntas de Facultad implicadas en el Grado aprueben la memoria, con el objetivo de que esta sea aprobada por la COA y por el Consejo Social y el Consejo de Gobierno de la Universidad a finales de este año 2024.

Una vez superadas esas etapas, comenzamos a trabajar en colaboración con el Rectorado para enviar a ANECA la memoria de verificación en el primer trimestre de 2025. El nuevo grado en Comunicación comenzaría su andadura en el curso 2026-2027 si obtuviésemos la respuesta positiva de ANECA.

PARTE II: MEMORIA ECONÓMICA

1) PREVISIÓN DE ALUMNADO

Los estudios de Comunicación están plenamente asentados en España, comparables en su expansión a la de otras disciplinas académicas. Las primeras facultades de Ciencias de la Información se crearon en nuestro país en el curso 1971-72 en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Navarra, que tomaron el relevo de las antiguas Escuelas Oficiales de Periodismo, Publicidad y Cinematografía y Televisión que hasta entonces habían tenido a su cargo la formación de los profesionales del sector de la comunicación. En España en la actualidad, más de 40 centros, públicos y privados, se encargan de impartir enseñanza en las titulaciones relacionadas con este campo: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, en sus tres niveles (grado, máster y doctorado).

Según los datos procedentes del Ministerio de Universidades, el número de estudiantes en las titulaciones relacionadas con la Comunicación creció enormemente desde el curso 2013-14. Ese año el número de estudiantes de nuevo ingreso en los estudios de Comunicación Audiovisual alcanzaba los 4.725. Para 2017-18 habían pasado a 5.569, un incremento de más del 17%. Los que ingresaban en estudios de Periodismo pasaron de 4.936 a 5.521 en las mismas fechas. Mientras que los que se decidían por los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas pasaban de 5.792 a 7.152. Los estudiantes matriculados en titulaciones del campo de la Comunicación no han dejado de crecer en España hasta 2019, cuando se alcanzaron los 49.500. Después se ha producido un ligero descenso, pero hay que destacar que se ha producido principalmente en los grados tradicionales del campo, sobre todo en Periodismo, lo que indica que una propuesta novedosa como la que aquí se presenta es una respuesta adecuada a los desafíos que plantea la formación de comunicadores en estos tiempos.

En suma, la demanda de las titulaciones en Comunicación se mantiene constante, por lo que pensamos que ofrecer un grado en Comunicación en nuestra universidad puede tener un alto nivel de matriculación y ser bien aceptado por la sociedad y por el mercado laboral, tanto por su carácter profesionalizante (acceso al mercado de trabajo, mejora en el puesto desempeñado, habilita para el cambio de actividad), como por permitir a aquellos que deseen ampliar sus conocimientos sobre la sociedad actual.

Pero además, como hemos destacado, se trata del primer grado en Comunicación ofertado por una universidad pública, respondiendo así a las demandas profesionales de la sociedad actual. Algunas universidades privadas ofrecen grados en Comunicación online. Pero significativamente muchas siguen un modelo tradicional. Así, la UNIR presenta una mención en Periodismo y otra en Comunicación Audiovisual; mientras que la UOC ofrece cuatro menciones:

Comunicación Audiovisual, Comunicación Corporativa y relaciones públicas; Periodismo y Publicidad. En cierta manera, a pesar de su carácter global, estas titulaciones continúan cierto modelo tradicional, que nuestra propuesta supera con su flexibilidad y adaptabilidad. Muy recientemente la Universidad Francisco de Vitoria ha comenzado a ofertar un grado en Comunicación Global, de carácter presencial, que se asemeja al que aquí hemos presentado, aunque tiene una dimensión más generalista y menos específico en las cuestiones de diseño de estrategias de comunicación. En todo caso, esto demuestra la existencia de una demanda clara de este tipo de titulaciones. Además, nuestra propuesta será bien recibida quienes por muchas razones prefieren continuar sus estudios en una institución pública. Para hacernos una idea de nuestro mercado potencial, se puede tener en cuenta que en el curso pasado la UOC alcanzó unos 3000 estudiantes en su grado en Comunicación.

2) CONTEXTO ACADÉMICO

Un número importante de universidades españolas públicas y privadas ofrecen titulaciones de grado en el ámbito de la comunicación. Pero son menos frecuentes los que abordan una cuestión tan relevante para la actualidad desde una perspectiva global. De hecho, todos los centros públicos ofrecen titulaciones ya sea en periodismo, ya sean en comunicación audiovisual o en publicidad. Tan sólo ofrecen grados en Comunicación globales algunas universidades privadas:

IE Universidad

Universidad de Deusto

UOC

UNIR

Universidad Camilo José Cela

Universidad del Atlántico Medio

Universidad Loyola Andalucía

Universidad Pablo de Olavide a través del Centro San Isidoro, adscrito a la Universidad.

Universidad Francisco de Vitoria (recién ofertado).

Pero también se ofrecen estudios equivalentes a los que aquí se proponen en algunas instituciones internacionales entre las que son destacables estas tres:

The Knight Digital Media center dirige cursos en competencias y habilidades multimedia para periodistas del Graduate School of Journalism, de la Universidad de California en Berkeley.

De Montfort University en el Reino Unido ofrece un BA en Media and Communication.

La Universidad de Columbia en Nueva York, ofrece un Dual Ms in Journalism and Computer Science.

Nuestra propuesta se sitúa en el contexto de esta oferta educativa con el objetivo de atender a las necesidades académicas, científicas y profesionales de 'lo

comunicativo' desde un punto de vista integral. En parte, toma inspiración de los Communication Studies de universidades estadounidenses como Columbia, Chicago Illinois, aunque va más allá de ese campo de estudio.

Se pretende superar el estudio aislado de las diferentes parcelas concretas de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas) que la realidad profesional misma está poniendo en duda y abordar el fenómeno comunicativo en su totalidad. Se ofrece así no sólo una amplia comprensión del mismo, sino mayores posibilidades de incorporarse o mejorar en las nuevas realidades profesionales que diariamente enfrentan los que ya se dedican al oficio.

Es decir, buscamos formar a graduados alfabetizados en términos comunicativos. Teniendo en cuenta las características previsibles del alumnado, nuestro objetivo es ofrecer una formación generalista que prepare a los estudiantes para el ejercicio de la profesión en todo tipo de medios y actividades en empresas e instituciones, especialmente en lo relacionado con lo digital, característica más destacada del actual panorama del mundo de la comunicación.

La importancia de las comunicaciones y las tecnologías de la información en nuestra sociedad es evidente y por tanto resulta esencial poner en marcha proyectos académicos que aborden la comprensión de estos fenómenos y ofrezcan instrumentos para convertirse en profesionales en estos ámbitos.

El interés científico y académico de este tipo de estudios no puede ignorarse en una universidad como la nuestra (la única que atiende a todo el conjunto del país) y en una facultad como la de Ciencias Políticas y Sociología centrada, en su investigación y docencia, en dar cuenta del entorno completo y complejo en el que se desenvuelve la sociedad española. En términos científicos, la puesta en marcha de una titulación en Comunicación crearía las condiciones adecuadas para que se desarrollara una actividad investigadora fundamental en nuestra facultad que, de manera más estable, apoyara las iniciativas que ya se están desarrollando en nuestro centro como el Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política. Además, la UNED cuenta con el antecedente del programa de posgrado en Periodismo Transmedia de la Facultad de Educación, organizado por el Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales, que se realiza en colaboración con la Agencia EFE. La Facultad de Educación participa también en nuestra propuesta de grado y su experiencia en el desarrollo del posgrado en Periodismo Transmedia nos ayudará a ofrecer una formación más completa, tanto en las aproximaciones teóricas como en la dimensión práctica del ejercicio profesional de la comunicación.

La importancia académica de estos estudios queda demostrada por su implantación, tanto en el ámbito presencial como en el de la enseñanza a distancia, en este último caso en las universidades privadas. Incluso en algunas universidades públicas, como la Rey Juan Carlos, están desarrollando experiencias en formatos online. Además, en formato presencial, las titulaciones en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas están presentes en un importante número de universidades públicas españolas.

Sin embargo, no existe en la actualidad ninguna universidad pública que oferte un grado en Comunicación (sea en formato presencial sea en formato on-line o a distancia). Es una excelente oportunidad para que nuestra Universidad se

posicione en esta titulación que como mostraremos cuenta con una sustancial demanda de estudiantes.

3) ADECUACIÓN DEL TÍTULO A LA DEMANDA SOCIAL

La consolidación de los medios digitales y la ampliación continua del acceso a Internet y las nuevas aplicaciones móviles demandan nuevos puestos de trabajo y propiciarán la reconversión de los actuales. Se multiplica el público con acceso a las fuentes de información, socialización y entretenimiento, cuyas demandas deben ser atendidas por profesionales con la adecuada formación. De hecho, la propia legislación española sobre enseñanzas universitarias recoge esta preocupación. En el Real Decreto 822/2021 de 28 de Septiembre se hacía referencia a la necesidad de incorporar “las nuevas tecnologías de la información y la comunicación” como uno de los “principales pilares” de los sistemas de aprendizaje universitarios.

Según los datos de 2023 (3ª ola) de la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), el índice de penetración de Internet en la sociedad española era del 87,6%; el de la televisión del 81,9%, de mensajes insertados en soportes de exterior (incluyendo por ejemplo mensajes en mobiliario urbano o medios de transporte) alcanzaba el 81,4%; la radio el 54,3%; las revistas el 24,5% y los diarios el 13,7%. Esto significa que la Internet ha superado ya a la televisión en su inserción entre los usuarios españoles (en 2018, la Televisión tenía un índice de penetración del 83,7% mientras que la Internet llegaba al 78,8%), mostrando el imparable avance de las formas de comunicación digitales. El estudio que elabora anualmente We Are Social señala que en 2023 en España hay más de 40 millones de usuarios activos de plataformas de comunicación digitales (las llamadas “redes sociales”), un número equivalente al de usuarios de Internet. La Internet es el medio preferido para acceder a la información de la mayoría de españoles. Además, más del 90% de los españoles entre 16 y 64 años utilizan la Internet para ver vídeos todas las semanas. Todo esto muestra la importancia del análisis y producción de los contenidos digitales y de las nuevas formas de comunicación.

El mercado de trabajo se caracteriza, por tanto, por una creciente demanda de comunicadores. Los medios tradicionales están experimentando importantes transformaciones, como consecuencia de las innovaciones tecnológicas en el sector. Estas no implican necesariamente su desaparición, sino por el contrario, apuntan una tendencia hacia el crecimiento y la diversificación. Por ejemplo, a la oferta televisiva de las cadenas generalistas se ha sumado una destacada actividad a través de Internet. Además, Internet se ha constituido en un nuevo medio, a través del impacto de las llamadas “redes sociales”, que precisa de profesionales de la comunicación preparados para trabajar en este nuevo entorno.

En lugar de ofrecer una formación por medios, ya obsoleta teniendo en cuenta las características del mercado de trabajo, el grado en Comunicación que proponemos busca que los egresados de la UNED adquieran los conocimientos y habilidades básicas para actuar de manera eficaz, en el inicio de su actividad profesional y en cualquiera de los diferentes aspectos de la Comunicación. Esta formación básica general se completará con una posterior especialización en un

Máster, tanto para el ejercicio profesional como para la continuación de su formación académica.

El grado en Comunicación que proponemos ofrece competencias que permiten acceder a una carrera profesional en ámbitos como los siguientes:

- Redactor/a de información periodística.
- Especialista en detección de noticias falsas y bulos informativos.
- Diseñador multimedia (prensa, web, radio, televisión, plataformas móviles); editor cross-media, etc.
- Profesional de prensa en un gabinete de comunicación.
- Editor de contenido.
- Guionista o creador de contenidos audiovisuales.
- Experto en edición y postproducción de audio y vídeo online.
- Infografista.
- Profesional de comunicación empresarial e institucional.
- Responsable de Publicidad y RR.PP. Community Manager, experto en marketing y publicidad online y *social media*, planificador/a de medios cross-media.
- Asesor/a y consultor/a estratégico/a de comunicación.
- Gestor de identidad e imagen corporativa.
- Profesional de desarrollo de planes y proyectos de comunicación interna y externa, en sus niveles de iniciación.
- Blogger.

4) CAPACIDAD COMPETITIVA DE LA UNED

Recursos humanos

En la UNED contamos con una larga experiencia en la enseñanza a distancia, en la que somos pioneros en España y estamos sobradamente preparados para ofrecer esta modalidad didáctica que cada vez cuenta con más demanda, en particular en estudios como el de Comunicación. La UNED ha desarrollado recursos sofisticados para el sistema de la enseñanza a distancia, que combinan elementos de

repositorio para que los estudiantes organicen su tiempo de aprendizaje, junto con una red de tutores extendida por todo el territorio, y sistemas de enseñanza on-line, que nos posicionan para ser altamente competitivos en la oferta de grados en Comunicación en España.

Además, en particular la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología cuenta desde el curso 2014-2015 con un Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política, que es una base docente significativa en la que apoyar esta propuesta de grado.

La Facultad de Ciencias Políticas de la UNED es de las más activas de nuestra Universidad en el campo de la comunicación y varios de nuestros profesores tienen experiencia laboral trabajando como periodistas o colaboradores de opinión, o en el desarrollo de influyentes trabajos de investigación sobre los medios. Ese es el caso de varios docentes del Departamento de Sociología I, en el que se encuentra un importante núcleo de docentes con experiencia y especialización científica en el estudio del mundo de la comunicación. Pilar Gómiz Pascual, además de doctora en Sociología, es licenciada en Periodismo y colaboradora de medios como Antena 3, Telecinco o la Cadena Ser. Manuel Javier Callejo Gallego es un prestigioso analista de la sociedad de la información y las cuestiones comunicativas. Pero además de sus valiosos aportes académicos, ha trabajado como técnico de investigación para la empresa CIMOP (Comunicación, Imagen y Opinión Pública) en donde conoció de primera mano las cuestiones comunicativas en el sector privado. Beatriz Mañas Ramírez ha realizado importantes trabajos académicos sobre el estudio de la opinión pública y la participación política. José María Ramírez Dueñas tiene un doctorado en Política, Comunicación y Cultura por la Universidad Complutense, además de ser licenciado en Periodismo y en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid. Es un especialista en el análisis de la relación entre política y medios y en trabajos sobre opinión pública.

En otros departamentos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología también tenemos esta combinación de experiencia profesional en los medios y capacidad de análisis científico de las cuestiones comunicativas. Juan Jesús González Rodríguez, del Departamento de Sociología II, ha trabajado en sendos proyectos del CIS vinculados con la Comunicación Política: “Agenda de los medios y voto” y “Agenda mediática y agenda ciudadana”, respectivamente. Elisa Chuliá Rodrigo, también del Departamento de Sociología II, es licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Johannes Gutenberg de Maguncia (Alemania), y realizó su tesis doctoral en Ciencias Políticas y Sociología sobre el tema: “El régimen de Franco ante la prensa y el periodismo”, así que tiene una sólida formación académica en el campo de la comunicación. Pero además es una colaboradora habitual en importantes medios de comunicación en su calidad de experta en el tema del sistema de pensiones. Jacobo Fernando Muñoz Comet, del mismo departamento, además de doctor en Sociología es licenciado en Periodismo. En el Departamento de Sociología III, José Antonio Díaz Martínez ha desarrollado importantes investigaciones sobre el impacto de las telecomunicaciones. Además, entre 1922 y 1994 fue Jefe del Área de Prospectiva de FUNDESCO (Telefónica). José Ignacio Torreblanca Payá, del Departamento de Ciencia Política y de la Administración, es un reconocido analista de política internacional tanto en España como en Europa. Pero además entre junio de 2016 y junio de 2018 fue jefe de Opinión del diario *El País* y miembro de su Consejo Editorial. En 2015 obtuvo el Premio Salvador

Madariaga de Periodismo Europeo. Pilar Mera Costas y Enrique Faes, del Departamento de Historia Social, son licenciados en Periodismo y han ejercido la profesión de periodistas en destacados medios nacionales y regionales. Pilar Mera además es una reconocida articulista del diario *El País*. También tiene una amplia experiencia en la colaboración con medios y en el análisis cinematográfico el profesor Miguel Martorell del mismo departamento de Historia Social.

Esta experiencia profesional y científica es un activo fundamental que ofrecemos a nuestros futuros estudiantes. Pero además, con la creación de una nueva área de Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología desarrollaremos de manera exitosa este grado, sirviendo de complemento a la presencia de docentes procedentes de diversos campos: Sociología, Ciencia Política, Historia, Sociología, Informática, Filología, Psicología, Filosofía, Derecho. Esta es una combinación que garantiza la profundidad y la especialización, pero también la multidisciplinariedad y la flexibilidad que queremos otorgar al grado.

Recursos materiales y tecnológicos

La implantación de la UNED por el territorio y su reconocimiento ya de décadas en el terreno de la enseñanza a distancia nos posicionan con ventaja para atraer a un amplio número de potenciales estudiantes, muchos de ellos ya profesionales en el campo de la Comunicación, que encontrarán sin duda atractiva la oferta de nuestra universidad.

Los más directos competidores en la oferta de grados como el que aquí se propone, esto es, las universidades que ofrecen titulaciones a distancia, como la UNIR o la UOC, no disponen de nuestra experiencia, de la calidad investigadora de nuestros docentes, que les va a permitir ofrecer una enseñanza con más profundidad.

En un grado en Comunicación resultan activos muy importantes recursos de la UNED como la disposición del centro de producción audiovisual más importante de las universidades españolas (UNED Media), la plataforma tecnológica CanalUNED, o los programas de la UNED en la televisión y la radio públicas. La UNED cuenta además con un refuerzo atractivo en la capacidad para realizar seminarios y tutorías presenciales o semipresenciales, que posibilitan un contacto más constante con el alumnado que el de la mayoría de instituciones que ofrecen educación a distancia. Siguiendo con la práctica que hemos desarrollado en los otros grados que tienen su base en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, en el Grado de Comunicación desarrollaremos también seminarios o actividades on-line para el alumnado del grado.

La plataforma virtual (Ágora) y el apoyo del servicio del CAU nos permite una flexibilidad que nos va a abrir las puertas a la innovación docente en el campo de la enseñanza a distancia, sin duda uno de los factores que vamos a profundizar en el nuevo grado en Comunicación.

Esta sólida tradición y los recursos disponibles sitúan a la UNED en una posición muy ventajosa para atraer a un importante número de estudiantes al nuevo grado en Comunicación.

Viabilidad económica: impacto en el presupuesto de la UNED

La puesta en marcha del grado en Comunicación precisará de la creación del área de Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED, lo que requiere de una inversión inicial en la incorporación de personal docente para el arranque de esa área. Sin embargo, la expectativa de matriculación del grado servirá para compensar sobradamente esa inversión inicial y aportará ingresos importantes a nuestra Universidad.

5) CRITERIOS ADICIONALES

Los planes estratégicos de la UNED apuntan a diseñar titulaciones que respondan a la demanda de la sociedad, interdisciplinarios e interfacultativos. El grado en Comunicación que aquí proponemos se ajusta perfectamente a estos objetivos estratégicos de nuestra universidad. Se trata de un grado que demanda la sociedad, tanto por el número posible de estudiantes, como por la necesidad perentoria de una formación que tenga en cuenta las profundas y aceleradas transformaciones en la profesión acaecidas en los últimos años y todavía en marcha. Claramente respondemos al desafío al que se enfrenta la formación de comunicadores (no sólo en nuestro país) con un programa ambiciosamente multidisciplinar e interfacultativo, que nos va dar una ventaja comparativa en los grados en Comunicación generales que se ofrecen en España.

En el terreno de la internacionalización, estamos convencidos que este nuevo grado será de interés para posibles estudiantes más allá de nuestras fronteras. La red ya establecida por la UNED y su capacidad de difusión de nuestras titulaciones ayudará sin duda a este factor.

Como se observa claramente por el plantel de profesores, como por el diseño de las asignaturas del grado, hay una apuesta evidente de que la formación de profesionales se acompañe de un compromiso con la calidad educativa. La búsqueda de la innovación docente también contribuirá a este objetivo.

El tipo de formación flexible y general que ofrece en este grado permitirá a los presentes y futuros profesionales de la Comunicación enfrentarse con herramientas más adecuadas a los desafíos de un mercado laboral incierto y cambiante, en el que tendrán que desarrollar capacidades autónomas como comunicadores. En este sentido nuestro grado debe ayudar a reducir la precariedad de muchos profesionales, un problema que se ha notado de manera marcada entre los titulados en periodismo.

Daniel Sansó-Rubert Pascual, Secretario Académico de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, a través de la presente **CERTIFICA**:

Que, en la reunión de la Junta de Facultad celebrada el martes 9 de octubre de 2024, a las 11:00 horas, fue adoptado el siguiente acuerdo:

- **Aprobación por unanimidad de la memoria del Grado en Comunicación.**

Y, para que así conste a los efectos oportunos, firmo la presente en Madrid, a 10 de octubre del 2024.

Firmado por SANZO-RUBERT
PASCUAL DANIEL - DNI ***1304**
con un certificado emitido por
AC Sector Público

Fdo.: Daniel Sansó-Rubert Pascual

Secretario

CERTIFICADO DE ACUERDOS

Yo, **Marcos Ucha Tortuero**, en calidad de secretario de la Comisión Delegada Permanente de la Junta de la Facultad de Psicología, **CERTIFICO**:

Que en la sesión celebrada el día 17 de octubre de 2024 por la Comisión Delegada Permanente de la Junta de la Facultad de Psicología, se adoptó el siguiente acuerdo:

- Aprobación por unanimidad de la Memoria Abreviada del Grado en Comunicación.

El acuerdo fue adoptado sin votos en contra ni abstenciones, reflejando el consenso de todos los miembros presentes en la sesión.

Y para que conste y surta los efectos oportunos, firmo el presente certificado en Madrid, a 24 de octubre de 2024.

Marcos Ucha Tortuero

Secretario de la Comisión Delegada Permanente de la Junta de la Facultad de Psicología

D. JUAN JOSÉ ESCRIBANO RÓDENAS, SECRETARIO ACADÉMICO DE LA ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA INFORMÁTICA DE LA UNED

CERTIFICA: Que, en la reunión de la Comisión Permanente de la Junta de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática, celebrada del día once al quince de octubre de dos mil veinticuatro fue adoptado el siguiente acuerdo:

- **Aprobación por unanimidad de la de la memoria abreviada del Grado en Comunicación.**

Para que así conste, a los efectos oportunos, se extiende el presente certificado en Madrid a dieciséis de octubre de dos mil veinticuatro.

* Se adjunta la memoria abreviada del Grado en Comunicación.

KATARZYNA ALEKSANDRA PORADA, con NIE X7800454G, Secretaria Académica de la Facultad de Filosofía de la UNED,

CERTIFICO

Que, reunida la Comisión Permanente de la Facultad de Filosofía, con fecha 05 de noviembre de 2024, se aprueba la Memoria Abreviada del Grado en Comunicación .

Para lo que firmo el presente certificado, a los efectos oportunos, en Madrid, a 06 de noviembre de 2024.

Fdo.: Katarzyna Aleksandra Porada

**DOÑA LIDIA LOSADA VICENTE
SECRETARIA DOCENTE DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN**

CERTIFICA:

Que el día 22 de octubre se ha celebrado la reunión de la Comisión Permanente de la Facultad, con el único punto del Orden del día:

Estudio y aprobación, si procede, de la participación de la Facultad de Educación en el Grado en Comunicación, según consta en la memoria abreviada facilitada por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

Tal y como se indica en el art. 22 del reglamento interno de la Facultad, la Comisión Permanente de la Facultad: "...realizará, en nombre y por delegación de la Junta, cuantas funciones de gobierno tenga encomendadas".

Por tanto, en la Comisión Permanente se observaron los términos de la **participación de la Facultad de Educación en el Grado en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología**, de acuerdo con la documentación facilitada (Memoria abreviada del Grado en Comunicación y Acuerdo Marco sobre la distribución de los TFG en el Grado de Comunicación).

Con todo, se aprobó por unanimidad:

- La participación de la Facultad en la docencia de la asignatura optativa de 4º Curso, denominada "Comunicación y Educación", que supone una carga crediticia del 1,53 % del título.
- La tutorización de los Trabajos fin de Grado de acuerdo con la propuesta de distribución incluida en el Acuerdo Marco referido, que indica textualmente: "se asignarán los TFG entre los departamentos participantes en el grado de manera directamente proporcional al número de créditos que imparten en la titulación".

Lo anterior se someterá a ratificación en la próxima Junta de Facultad, tal y como indica el reglamento de régimen interno de la Facultad.

Y para que surta los efectos oportunos firmo la siguiente certificación.

Madrid, a 22 de octubre de 2024

Secretaria Docente de la Facultad
Lidia Losada Vicente

**EVA PARDO HERRASTI, SECRETARIA DOCENTE DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA,**

CERTIFICA

Que en la Comisión Permanente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales celebrada el 22 de octubre de 2024 se decidió informar favorablemente sobre la propuesta del Grado en Comunicación en los términos que constan en los documentos adjuntos como Anexos al presente certificado.

Y, para que conste a los efectos oportunos, se extiende la presente certificación en Madrid, a veintitrés de octubre de dos mil veinticuatro.

D.^a Eva Pardo Herrasti

Secretaria de la Facultad de
CC. Económicas y Empresariales



UNED



Facultad
de Derecho

FACULTAD DE DERECHO

Calle Obispo Trejo, 2, 28040 Madrid
secretario.derecho@adm.uned.es

CARMEN MUÑOZ DELGADO, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA,

CERTIFICA:

Que en la reunión de la **Comisión Permanente** de la Facultad de Derecho celebrada el **14 de noviembre de 2024**, se ha aprobado por unanimidad la Memoria abreviada del Grado en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

Para que así conste a los efectos oportunos, expido la presente certificación, en Madrid a 14 de noviembre de 2024.

Carmen Muñoz Delgado
Secretaria de la Facultad de Derecho

D^a. María del Mar Desco Menéndez, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación a Distancia,

CERTIFICA

Que, en la Reunión de la Comisión Permanente delegada de la Junta de Facultad de Ciencias, celebrada el dieciocho de noviembre de dos mil veinticuatro, fue adoptado el siguiente acuerdo:

- Aprobación de la propuesta de participación de la Facultad de Ciencias en el Grado en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas. Se adjunta el certificado de acuerdo del departamento participante.

Y para que conste a los efectos oportunos, se extiende la presente certificación en Madrid, dieciocho de noviembre de dos mil veinticuatro.

Fdo.: M^a del Mar Desco Menéndez
Secretaria Académica

The logo of UNED, consisting of the letters 'UNED' in a stylized, bold, white font on a dark green square background.

Facultad
de Filología

FACULTAD DE FILOLOGÍA

Paseo Senda del Rey, 7, 28040 Madrid
decanato.filologia@adm.uned.es

LETICIA CARRASCO REIJA, Secretaria Académica de la Facultad de Filología de la UNED,

CERTIFICA

Que, en la Comisión Permanente de Facultad celebrada el 19 de noviembre de 2024, se aprobó la *Memoria del Grado en Comunicación*.

Para lo que, a los efectos oportunos, firmo la presente certificación, en Madrid, a 19 de noviembre de dos mil veinticuatro.

Leticia Carrasco Reija
Secretaria Académica



CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Dña. María Jesús Funes Rivas, Directora del Departamento de Sociología III (Tendencias Sociales) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED.

CERTIFICA: el compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado en Comunicación, de 270 ECTS, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura	Nº de créditos
La Sociedad Global. Procesos sociales del mundo contemporáneo	6 ECTS
Género y Comunicación	6 ECTS
Implicaciones sociales de la Inteligencia Artificial.	6 ECTS

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 29 de octubre de 2024.



CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

D. Jorge Alberto Benedicto Millán, Director del Departamento de Sociología II (Estructura Social) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED.

CERTIFICA: que la Comisión Permanente del Departamento de Sociología II en su reunión del 19 de enero de 2024 ha dado el visto bueno al compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura	Nº de créditos
Comunicación y Sociedad (FB)	6 ECTS
Comunicación pública y democracia (Ob.)	6 ECTS
Interpretación y visualización de datos (Ob.)	6 ECTS
Comunicación en tiempos de crisis (Opt)	6 ECTS

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 19 de enero de 2024.

Héctor Romero Ramos, secretario docente del Departamento de Sociología I (Teoría, Metodología y Cambio Social),

CERTIFICA

Que reunido en Consejo el 24 de abril de 2024, el Departamento de Sociología I se comprometió a impartir las siguientes asignaturas recogidas en el proyecto de Grado en Comunicación de la UNED:

Asignaturas obligatorias

- Análisis estadístico de datos para comunicadores
- Análisis y gestión de la audiencia
- Estudio de la opinión pública

Asignaturas optativas

- Industrias culturales
- Comunicación y culturas populares
- Metodología cualitativa para la investigación en comunicación

Y para que conste a los efectos oportunos firmo este documento en Madrid, a 12 de noviembre de 2024.

Fdo. Héctor Romero Ramos
Secretario Docente
Departamento de Sociología I



CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

D^a María de los Llanos Tobarra Abad, Secretario/a académico/a del Departamento de Sistemas de Comunicación y Control, en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática de la Universidad Nacional de Educación a Distancia.

CERTIFICA: que en el Consejo de Departamento celebrado el 11 de junio de 2024 se ha ratificado el compromiso de impartición por los profesores implicados de la docencia asignada en el **Grado en Comunicación** entendiendo que dichos profesores cumplirán el “Acuerdo sobre docencia en nuevos grados y másteres oficiales” aprobados en el Consejo de Departamento del 6 de julio 2020, por un período mínimo de 4 cursos, sin perjuicio del período adicional en caso de extinción, en la/s asignatura/s que se relacionan:

NOMBRE DE ASIGNATURA	EQUIPO DOCENTE DEL DPTO. SCC	Nº DE CRÉDITOS
Herramientas avanzadas y metodologías para la visualización de información	Antonio Robles Gómez	A determinar (asignatura compartida)
Selección, gestión y análisis aplicado de la información	Rafael Pastor Vargas	6 ECTS
Comunicación y Tecnología	Rafael Pastor Vargas	A determinar (asignatura compartida)

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 07 de noviembre 2024

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

D. FERNANDO JORGE MOLERO ALONSO, DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNED,

CERTIFICA:

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura: **Psicología Social de la Comunicación; N° Créditos ECTS: 6**

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 16 de enero de 2024.

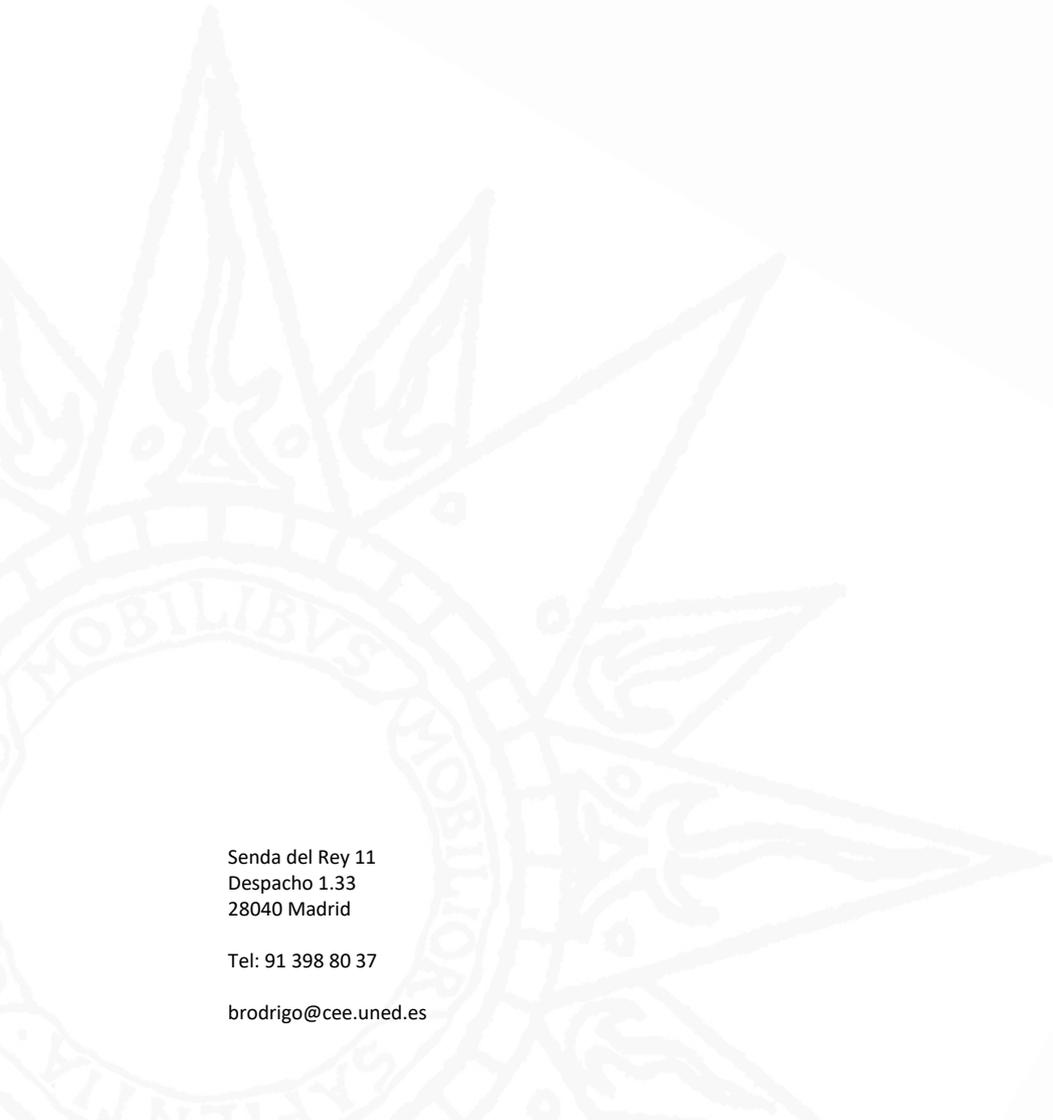
Fdo.: Fernando Jorge Molero Alonso.

Beatriz Rodrigo Moya
Directora del departamento
Organización de Empresas
Facultad de Cc. Económicas y Empresariales

The logo of the Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), consisting of the letters 'UNED' in white on a dark green square background.

Dña. Beatriz Rodrigo Moya, Directora del Departamento de Organización de Empresas, Certifica que el Consejo de Departamento en su sesión del 30 de noviembre acepta y se compromete a la impartición de la asignatura Introducción a la Economía de la Empresa de Comunicación del plan de estudios del Grado en Comunicación de la UNED.

Firmo el presente certificado a 14 de febrero de 2024

A large, faint watermark of the UNED seal is visible in the background, featuring a sunburst design and the Latin motto 'SALVA MATERIA MOBILIBVS ET MORTALIOR'.

Senda del Rey 11
Despacho 1.33
28040 Madrid

Tel: 91 398 80 37
brodrigo@cee.uned.es



DEPARTAMENTO DE LITERATURA ESPAÑOLA Y TEORÍA DE LA LITERATURA

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA.

Don JAIME JOSÉ MARTÍNEZ MARTÍN, director del Departamento de Literatura Española y Teoría de la Literatura, por la presente, CERTIFICA:

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un período mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del período adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación.

Nombre de la asignatura

Número de créditos

Literatura y Medios de Comunicación (optativa)

6

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid, a 15 de enero de 2024.

**ACTA DE LA REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE ORDENACIÓN ACADÉMICA
CELEBRADA EL DÍA 15 DE OCTUBRE DE 2024**

Asistentes:

Catedráticos de Universidad

D^a Raquel Martínez Unanue

Titulares de Universidad

D. Víctor Fresno Fernández

D. Timothy Martin Read

D. Álvaro Rodrigo Yuste

Contratado Doctor

D. Andrés Duque Fernández (Secretario)

En Madrid, a 15 de octubre de 2024, a las 10:00 horas, se reúne telemáticamente la Comisión de Ordenación Académica del Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos, bajo la presidencia de la Directora del departamento D^a Raquel Martínez Unanue y con D. Andrés Duque Fernández como secretario, con la participación de las personas que se relacionan al margen, y con el siguiente orden del día:

1. Modificación del compromiso de docencia en el futuro Grado en Comunicación.
2. Asuntos de trámite
3. Ruegos y preguntas

1- Modificación del compromiso de docencia en el futuro Grado en Comunicación:

La directora del departamento presenta una modificación del compromiso de docencia del futuro Grado en Comunicación, aprobado por esta comisión en su reunión del día 11 de marzo de 2024, y ratificado en consejo de departamento del día 10 de junio de 2024. En relación a dicho acuerdo previo, desaparece la asignatura "Fact Checking en tiempos de algoritmos". Las asignaturas cuya docencia será finalmente asumida por el Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos son las siguientes:

- Comunicación y tecnología (compartida entre los siguientes departamentos: Lenguajes y Sistemas Informáticos, y Sistemas de Comunicación y Control).
- Herramientas avanzadas y metodologías para la visualización de información (compartida entre los siguientes departamentos: Lenguajes y Sistemas Informáticos, Sistemas de Comunicación y Control, e Inteligencia Artificial).
- Comunicación e Inteligencia Artificial (departamento: Lenguajes y Sistemas Informáticos).

La comisión aprueba la propuesta, el departamento se compromete a asumir la docencia de las asignaturas mencionadas en el futuro Grado en Comunicación.

2- Asuntos de trámite.

No hay asuntos de trámite.

3- Ruegos y preguntas.

No hay ruegos ni preguntas.



Sin más asuntos que tratar, se levanta la sesión de la Comisión de Ordenación Académica.

Vº. Bº.

LA PRESIDENTA

EL SECRETARIO

Raquel Martínez Unanue

Andrés Duque Fernández

COMPROMISO DE DOCENCIA

Don Juan María Garrido Almiñana, director del Departamento de Lengua Española y Lingüística General de la UNED, por la presente, HACE CONSTAR:

El compromiso de dicho departamento, teniendo en cuenta lo acordado en reunión de su Consejo de Departamento de fecha 26 de octubre de 2023, de impartir las siguientes asignaturas que se le han asignado en el Grado de Comunicación por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción:

ASIGNATURAS	TIPO	Nº CRÉDITOS
Teoría de la Comunicación	Formación Básica	6
Comunicación Oral en Lengua Española. Medios audiovisuales	Obligatoria	6
Comunicación Escrita en Lengua Española	Obligatoria	6

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid, a 7 de febrero de 2024.



Compromiso de docencia en el Grado en Comunicación

Margarita Bachiller Mayoral, en calidad de secretaria del departamento de Inteligencia Artificial

CERTIFICA:

Que el departamento de Inteligencia Artificial aprobó el día 20 de marzo de 2024, por unanimidad el compromiso de docencia de la asignatura “Visualización y Análisis de datos” perteneciente al futuro Grado en Comunicación.

Madrid a 7 de noviembre de 2024

Fdo. Margarita Bachiller

**REUNIÓN DE LA COMISIÓN PERMANENTE DEL DEPARTAMENTO
DE INFORMÁTICA Y AUTOMÁTICA
14 de marzo de 2024**

Asistentes:

PROFESORES

D. Joaquín Aranda Almansa
D. Dictino Chaos García
D. José Manuel Díaz Martínez
D. Sebastián Dormido Canto
D^a. Raquel Dormido Canto
D^a. Natividad Duro Carralero
D. Ernesto Fábregas Acosta
D^a. María Guinaldo Losada
D^a. Carla Martín Villalba
D. David Moreno Salinas
D^a. Rocío Muñoz Mansilla
D. Jacobo Sáez Valiente
D. José Sánchez Moreno
D. Miguel Ángel Rubio González
D. Victorino Sanz Prat
D. Luis de la Torre Cubillo
D. Alfonso Urquía Moraleda

1. Compromiso de docencia en el futuro grado de Comunicación

Se aprueba por unanimidad que el departamento asuma en el futuro grado de Comunicación la docencia de las asignaturas:

- *Diseño digital y experiencia de usuario.*
- *Gestión comunicativa y redes sociales.*

Sin más asuntos que tratar se levanta la sesión a las 10:15 horas.

En Madrid, siendo las 10:00 horas del día 14 de marzo de 2024, se reunió por videoconferencia la Comisión Permanente del Departamento, previamente convocada, asistiendo al mismo las personas que al margen se relacionan

Vº Bº DE LA DIRECTORA
Fdo: Natividad Duro Carralero

Fdo. Jose Manuel Díaz
Secretario del Departamento



CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Pilar Mera Costas, Directora del Departamento de Historia Social y del Pensamiento Político de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED.

CERTIFICA

que la Comisión Permanente del Departamento de Historia Social y del Pensamiento Político, en su reunión del 17 de junio de 2024 ha dado el visto bueno al compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura	Nº de créditos
Historia universal del siglo XX (FB)	6 ECTS
Historia de la comunicación (FB)	6 ECTS
Conceptos y procesos políticos en el mundo contemporáneo (FB)	6 ECTS
Historia política y social de España en el siglo XX (Opt.)	6 ECTS
Historia de la imagen en la comunicación (Opt.)	6 ECTS

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 17 de junio de 2024.

Madrid, 13 de noviembre de 2024

Estimados miembros de la comisión de Grado, Educación Permanente y Asuntos generales,

Yo, Adán Pérez García, como Secretario Académico del Departamento de Física Matemática y de Fluidos de la UNED, confirmo que, desde la Comisión Permanente del citado departamento universitario, se ha aceptado la participación del docente D. Rubén Díaz Sierra (Profesor Titular de Universidad en nuestro Departamento) en la asignatura “Comunicación en tiempos de crisis ecosocial”, del Grado en Comunicación del Facultad de Políticas y Sociología de nuestra Universidad.

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo el presente documento en Madrid, a 13 de noviembre de 2024.

Adán Pérez García

Secretario Académico del Departamento de Física Matemática y de Fluidos

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA.

Don JOSÉ MARÍA HERNÁNDEZ LOSADA, director del Departamento de Filosofía y Filosofía Moral y Política, por la presente, CERTIFICA:

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un período mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del período adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación.

Nombre de la asignatura

Número de créditos

Ética y deontología de la comunicación
(Optativa)

6 créditos

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid, a 15 de enero de 2024.

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA.

Doña María Dolores Castrillo de Larreta-Azelain, directora del Departamento de Filologías Extranjeras y sus Lingüísticas, por la presente,

CERTIFICA:

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un período mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del período adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación.

Nombre de la asignatura	Docentes
Traducción y Accesibilidad Audiovisual	Noa Talaván, José Javier Ávila Cabrera
Comunicación intercultural oral y escrita en inglés	Pilar Rodríguez Arancón
Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea	Adriana Kiczkowsky, Inés Ordiz y Mariángel Solans.
Alemán básico para la comunicación oral y escrita	María Dolores Castrillo
Comunicación intercultural oral y escrita en italiano	Salvatore Bartolotta, Marina Sanfilippo, Maria Angelica Giordano Paredes y Maria Gracia Moreno Celeghin
Italia: Comunicación, Lenguaje y Cultura en el contexto europeo	

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid, a 11 de febrero de 2024.



Senda del Rey, 7. Madrid 28040

ejuan@flog.uned.es

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Esther Juan Oliva, directora del Departamento de Filología Francesa, por la presente, CERTIFICA:

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un período mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del período adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

El Mundo Francófono Contemporáneo (impartida en castellano)	6 créditos (Optativa)
--	-----------------------

Comunicación oral y escrita en lengua francesa (nivel B1) (impartida en francés)	6 créditos (Optativa)
---	-----------------------

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid, a 12 de febrero de 2024.

Esther Juan Oliva
Directora de Departamento

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Don Antonio MORENO HERNÁNDEZ, Director del Departamento de Filología Clásica, por la presente, CERTIFICA:

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un período mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del período adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura	Número de créditos
Cultura y Comunicación en el Mundo Clásico (Optativa)	6 créditos
“Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación Escrita en Lengua Catalana” (Optativa)	6 créditos
“Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación Escrita en Lengua Gallega” (Optativa)	6 créditos
“Taller de redacción y producción comunicativa. Comunicación Escrita en Lengua Vasca” (Optativa)	6 créditos

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid, a 20 de febrero de 2024.

Laura Parte Esteban, Directora del Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

CERTIFICA:

Que en la reunión de la Comisión Permanente del Departamento (actuando, de acuerdo al Art. 15 del Reglamento de Régimen Interior del Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad en nombre y por delegación del Consejo de Departamento), se adoptó el acuerdo de informar favorablemente sobre el compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado en Comunicación por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura	Nº de créditos
Marketing y Comunicación I, obligatoria, curso segundo, primer cuatrimestre	6 ECTS
Marketing y Comunicación II, obligatoria, curso tercero, primer cuatrimestre	6 ECTS
Marketing y Comunicación III, obligatoria, curso cuarto, segundo cuatrimestre	6 ECTS

Este informe favorable fue emitido con todos los votos a favor por parte de la Comisión.

Y para que así conste y a los efectos oportunos firmo el presente documento en Madrid, a 19 de febrero de dos mil veinticuatro.

Fdo: Laura Parte Esteban

D. Raúl González Fernández, Secretario Académico del Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales de la Facultad de Educación de la UNED,

CERTIFICA

Que en la Reunión de Departamento celebrada el día 11 de enero de 2024, a las 12:00 horas, figuraba en el Orden del Día el punto 4. *Estudio y aprobación, si procede, de la solicitud de participación del Departamento en la propuesta de un nuevo Grado en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.*

Que, en el citado punto, y tras el estudio de la solicitud recibida con respecto a la participación del Departamento a través de la asignatura Comunicación y Educación, actualmente impartida en los Grados de Pedagogía y Educación Social, que se propondría como asignatura optativa en tercer o cuarto curso del nuevo Grado en Comunicación, el equipo docente se manifestó favorable y comprometido con la solicitud.

Que, finalmente, oído el Departamento se acordó tramitar el compromiso de participación de la docencia citada por un periodo mínimo de cuatro cursos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción.

Y para que conste, a los efectos oportunos, se firma la presente en Madrid a 22 de febrero de 2023.

D. Raúl González Fernández

Secretario Académico del Dpto. de DOE y DDEE.

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Carlos Vidal Prado, Director del Departamento de Derecho Constitucional de la Facultad de Derecho de la UNED,

CERTIFICA

El compromiso de impartición de la docencia asignada en el Grado de Comunicación, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura: Derecho de la Información.
Núm. de Créditos ECTS: 6

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 13 de noviembre de 2024.

Fdo.: Carlos Vidal Prado.



CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Carmen González Enríquez, Directora del Departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED

CERTIFICA: el compromiso de su Departamento de impartición de la docencia asignada en el futuro Grado de Comunicación, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en las asignaturas que se relacionan a continuación:

Nombre de la asignatura		Nº de créditos
Relaciones Internacionales.	Obligatoria	6 ECTS
Comunicación Política	Obligatoria	6 ECTS

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 15 de enero de 2024.

CERTIFICADO DE COMPROMISO DE DOCENCIA

Paz Moreno Feliu, Directora del Departamento de Antropología Social y Cultural de la Facultad de Filosofía de la UNED

CERTIFICA: el compromiso de su Departamento de impartición de la docencia asignada en el futuro Grado de Comunicación, por un periodo mínimo de cuatro cursos académicos, sin perjuicio del periodo adicional en caso de extinción, en la asignatura que se relaciona a continuación:

Nombre de la asignatura		Nº de créditos
Cultura y comunicación en el mundo contemporáneo	Obligatoria	6 ECTS

Y para que así conste, a los efectos oportunos, se firma el presente compromiso en Madrid, a 28 de febrero de 2024.