

Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla: surgimiento, desarrollo y perspectiva actual de su aportación académica

María del Mar Ramírez Alvarado
[delmar@us.es]

Lorena R. Romero Domínguez
[lorenaromero@us.es]

1. Contextualización histórica

A partir del curso académico 1989-1990, la Universidad de Sevilla puso en marcha los estudios vinculados a la comunicación en la entonces Facultad de Ciencias de la Información que, más tarde, cambiaría su denominación a Facultad de Comunicación en septiembre del año 2002. De esta manera se convirtió en la primera universidad andaluza en ofertar estudios de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. También fue la primera en poner en marcha estudios de Máster y de Doctorado. Anteriormente había que salir de Andalucía para poder estudiar carreras universitarias vinculadas a la comunicación, con lo cual la Facultad de Sevilla es pionera en este ámbito.

Su primera sede estuvo situada en la calle Gonzalo de Bilbao en Sevilla. En el año 2003 la Facultad de Comunicación se trasladó al edificio de nueva construcción que actualmente ocupa en la Isla de la Cartuja. La nueva sede fue inaugurada un 3 de noviembre de ese 2003 por el entonces presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, que estuvo acompañado para la ocasión por el alcalde de Sevilla, Alfredo Sánchez Monteseirín, y por quien en ese momento era Rector de la Universidad de Sevilla, Miguel Florencio. El edificio en el que se sitúa la Facultad fue proyectado por los arquitectos José Luis Jimeno García y Juan Luis Marín Soto, y ocupa el solar sobre el que se construyó el pabellón de Estados Unidos durante la Exposición Universal de 1992. Las obras comenzaron en abril de 2001 y tardaron en torno a dos años y medio con un presupuesto de 19 millones de euros.

Ese salto supuso un cambio cualitativo muy importante: tres platós de televisión, almacén de medios audiovisuales, una biblioteca de más de tres mil metros cuadrados, videoteca, estudios de radio, aulas de edición de vídeo digital, estudio de fotografía y laboratorio fotográfico, entre otras dependencias.

Formamos, a partir de ese 2003, una comunidad que ha oscilado en torno a las tres mil y cuatro mil personas, entre alumnos de pregrado y posgrado, Personal de Administración y Servicios, y Personal Docente e Investigador.

El primer plan de estudios apareció publicado, de forma escalonada, en el Boletín Oficial del Estado (BOE) de 30 de enero de 1990 y de 7 de noviembre de 1991. En ese momento se contemplaba una única licenciatura en Ciencias de la Información que disponía de tres secciones diferenciadas: Periodismo, Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva, y Publicidad.

Más tarde, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla, en su sesión del día 14 de marzo de 2002, aprobó los planes de estudios conducentes a la obtención de los títulos de Licenciado en Comunicación Audiovisual, Licenciado en Periodismo y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 117 de los Estatutos de la Universidad de Sevilla y según lo previsto en el Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudios. Unos meses más tarde, el 4 de julio de 2002, aparecieron los citados planes de estudios publicados en el BOE.¹ De esta forma se transformaba en profundidad la concepción de los estudios en comunicación comenzando a ofertarse tres licenciaturas diferenciadas. Había además una modificación fundamental orientada a la vuelta a los estudios de cinco años y a la coexistencia de asignaturas semestrales con asignaturas anuales.

Más adelante, estas licenciaturas fueron sustituidas por los Grados como resultado de la aplicación del Real Decreto 1393/2007, tendente a garantizar la progresiva armonización de los sistemas universitarios españoles en el proceso de construcción del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). En la Universidad de Sevilla estos Grados comenzaron su andadura en el curso académico 2010-2011, manteniéndose las mismas denominaciones que en las anteriores licenciaturas.

2. Titulaciones

La Facultad de Comunicación cuenta con una oferta de titulaciones tanto de Grado como de Posgrado que aglutina a un número de estudiantes situado en torno a los tres mil. Los Grados han heredado la denominación de las anteriores licenciaturas y son tres: Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Periodismo y Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Además,

¹ «Resolución de 17 de junio de 2002, de la Universidad de Sevilla, por la que se ordena la publicación de los planes de estudios conducentes a la obtención de los títulos de Licenciado en Comunicación Audiovisual, Licenciado en Periodismo y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas», en: *Boletín Oficial del Estado*, Número 159, 4 de julio de 2002.

en el curso 2013-2014 se implantó el Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual. En los últimos años el Centro ha venido ofertando 150 plazas en el Grado en Comunicación Audiovisual, la misma cantidad en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, 280 en el de Periodismo, y 20 en el Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual.

En el Real Decreto 1393/2007 mencionado se sentaban también las bases para la conformación de los programas de Posgrado que han cristalizado en cuatro títulos universitarios de carácter oficial: Máster en Comunicación y Cultura (que fue el primero en ponerse en marcha), Máster en Escritura Creativa, Máster en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual y Máster en Comunicación Institucional y Política. Además, se han ofertado másteres propios gestionados a través del Centro de Formación Permanente de la Universidad de Sevilla entre los que podemos mencionar los siguientes: Máster en Periodismo Deportivo (en colaboración con el Sevilla Fútbol Club), Máster de Emprendedores en Comunicación y Moda; Máster en Planificación Estratégica y Gestión de Cuentas, Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, Máster en Videojuegos: guion, diseño y programación. Especialidad informática, Máster en Dirección y Ficción Audiovisual o Máster en Comunicación y Defensa.

La Facultad de Comunicación ofrece también estudios de Tercer Ciclo a través del Doctorado Interuniversitario en Comunicación, adaptado al Real Decreto 99/2011, y puesto en marcha en colaboración con la Universidad de Málaga, la Universidad de Huelva y la Universidad de Cádiz.

Finalmente, a lo largo del año, la Facultad de Comunicación se convierte en sede de actividades académicas, formativas y culturales de todo tipo (congresos, seminarios, mesas redondas, proyecciones, representaciones, semanas culturales, exposiciones, talleres, etc.), impulsadas por el profesorado y por el propio estudiantado a través de la Delegación de Estudiantes.

3. Perfil del estudiantado y alumnos destacados

Durante el curso 2018-2019, se impartieron en esta Facultad de Comunicación ocho títulos oficiales: los citados tres grados, un doble grado y cuatro másteres oficiales, con un total de 2.953 estudiantes matriculados.

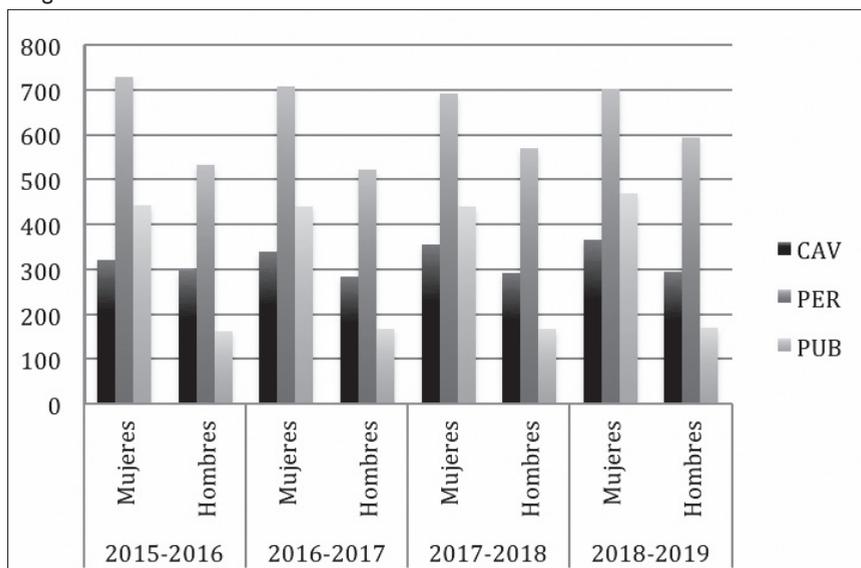
Durante el curso 2017-2018, la Facultad de Comunicación tuvo un total de 2.816 estudiantes matriculados y en el curso 2018-2019, 2.953. En este último curso, pueden desglosarse de la siguiente manera: 690 en el Grado de Comunicación Audiovisual, 1.340 en Periodismo, y 656 en Publicidad y Relaciones Públicas. A ellos deben sumarse los 46 alumnos del Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual. En los másteres oficiales, la distribución fue la siguiente: 38 matriculados en el Máster en Comunicación y Cultura, 68 alumnos en el Máster en Escritura Creativa, 47 estudiantes en el

Máster Universitario en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual, y, por último, 68 alumnos en el Máster en Comunicación Institucional y Política. En total, 221 alumnos estuvieron matriculados en algún máster oficial en nuestro Centro durante el pasado curso.

Actualizamos en este epígrafe los datos ya analizados en un trabajo anterior (Ramírez, Mancinas y Pecino, 2015) y resaltamos una idea manifestada entonces cuando aludíamos al predominio de las mujeres en las tres titulaciones de Grado (con especial mención a la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas) y en la oferta de Posgrado, tendencia que se ha mantenido en el tiempo y que, en líneas generales, es una realidad plenamente asentada en España. También detectamos en dicho estudio previo una elevada presencia de mujeres entre los mejores expedientes que han salido de nuestras aulas. En este sentido, puede destacarse que cada año pasan por las aulas de la Facultad de Comunicación de la US muchas más mujeres que hombres y que todas las carreras que se imparten en la Facultad cuentan con una presencia femenina mayor. De hecho, algunas de estas titulaciones están notablemente feminizadas, como la de Periodismo, en la cual aproximadamente el 55% son mujeres, o la de Publicidad y Relaciones Públicas, cuya cifra supera el 74%. También en el Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual (que es la titulación que requiere la mayor nota de acceso en la Facultad), el 60% son mujeres. Es en el Grado en Comunicación Audiovisual en el cual los datos están más igualados en relación con la proporción de alumnas, siendo aproximadamente un 50%. (Véanse las imágenes 1 y 2).

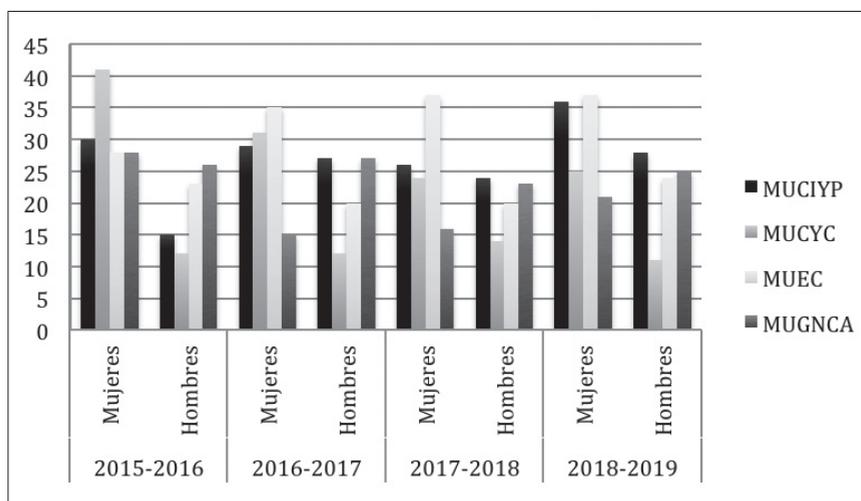
En cuanto al Doctorado Interuniversitario en Comunicación podemos señalar que ofrece plazas para casi cien alumnos por año en los distintos puntos de Andalucía en los que se sitúan las universidades organizadoras, con nueve actividades formativas y con seis líneas de investigación: Comunicación Audiovisual; Publicidad y Relaciones Públicas; Periodismo; Educación y Alfabetización Mediática; Comunicación, Industrias Culturales y Espectáculo; y Comunicación, Literatura, Ética y Estética. Cuatro de estas líneas se ofrecen en Sevilla: Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación, Literatura, Ética y Estética. Aunque el mayor número de alumnos provienen de España, también desarrollan sus tesis doctorandos procedentes de Argelia, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Grecia, Italia, Kuwait, Marruecos, México, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rumanía, Santo Domingo, Uruguay o Venezuela. El Doctorado Interuniversitario ha pasado su primer proceso de renovación de la acreditación por parte de la Agencia Andaluza de Conocimiento con solvencia en relación con su tasa de éxito, obtención de menciones internacionales y cumplimientos generales. El 90% de las tesis defendidas han obtenido la calificación *cum laude*. El claustro de profesores está situado en torno a cien.

Imagen 1. Número de estudiantes matriculados en Grado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Universitas XXI* de la Universidad de Sevilla

Imagen 2. Número de estudiantes matriculados en Másteres oficiales.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Universitas XXI* de la Universidad de Sevilla.

Con relación a prácticas, por ejemplo, durante el curso 2017-18 la Facultad de Comunicación ha ofertado un total de 733 plazas en empresas e instituciones, repartidas en cuatro convocatorias ordinarias (octubre, diciembre y abril) y cuatro extraordinarias.

En cuanto a movilidad, debemos destacar que la presencia de los distintos programas Erasmus (estudio, prácticas y docencia) es esencial para la Facultad de Comunicación en su estrategia de internacionalización de sus estudiantes y docentes. Por ejemplo, en el curso 2017-2018, la Facultad recibió 41 alumnos entrantes del programa Erasmus, y 52 de programas de movilidad extra comunitaria. Al mismo tiempo, 41 de nuestros estudiantes disfrutaron de una estancia Erasmus, y 26 de una estancia internacional. Durante el presente curso, se han firmado 72 acuerdos Erasmus y 67 acuerdos internacionales, de momento.

Anualmente nos visitan varios profesores que, con una beca Erasmus Staff Mobility For Teaching, colaboran durante una semana en las clases de varios docentes de la Facultad, cuyas materias sean afines a su especialidad. Además de todo lo comentado con relación al programa de movilidad Erasmus, el Centro cuenta actualmente con dobles titulaciones internacionales del Máster Universitario en Escritura Creativa con universidades del programa Erasmus: la Université Lumière Lyon 2 y Université de Paris-Est-Marne-La-Valle. Actualmente otros dos másteres oficiales de la Facultad están en proceso de elaborar una doble titulación con instituciones italianas.

Entre los egresados más destacados de la Facultad de Comunicación, con trayectorias relevantes en el ámbito profesional, se encuentran, por ejemplo, los directores de cine Alberto Rodríguez, Fernando Franco, Ana Rosa Fernández, Celia Rico o Paco Baños. También en el mundo del audiovisual y de la publicidad, Miguel Amoedo (Director de fotografía), Nacho Arenas (Director de sonido), Manuela Ocón (productora cinematográfica), Carmen Ortiz (guionista), Juanma Nogales (especialista en efectos visuales) así como Belén Martínez, Belén Coca, David Rendo (creativos publicitarios), entre otros.

En el ámbito del Periodismo, han estudiado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla Nuria Sánchez-Gey Valenzuela, Paloma Jara, Patricia Rodríguez Pagés, Carmen Gavira Gómez, Roberto Leal, Julio Muñoz, Rocío Vicente, Marcos Torío, Reyes López Ridruejo, Eduardo del Campo, Marta Paneque, Luis Lidón, Silvia Tubio, Carmen Rengel, Javier Ramajo Sotomayor, Manuela Reyes, Cecilia Fleta, Dany Rodwa, Juan Pablo Bellido y María Iglesias, por mencionar algunos. También las escritoras Eva Díaz Pérez, Sara Mesa y Olalla Castro así como Antonio Hitos, escritor de novela gráfica. Por otra parte, han desarrollado carrera universitaria Virginia Luzón, Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Vicerrectora de la Universidad Autónoma de Barcelona, y Concepción Cascajosa, Vicedecana de Estudios Conjuntos Periodismo - Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III de Madrid.

4. Perfil del profesorado

El Personal Docente e Investigador que imparte enseñanzas se sitúa en torno a los 180 profesores de distintas categorías del profesorado distribuidos en tres Departamentos con sede en el Centro y docencia mayoritaria (Periodismo I, Periodismo II y Comunicación Audiovisual y Publicidad), más profesores de otros trece Departamentos de la Universidad de Sevilla: Antropología Social, Derecho Administrativo, Derecho Constitucional, Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales, Derecho Mercantil, Didáctica de la Expresión Musical y Plástica, Economía Aplicada III, Estética e Historia de la Filosofía, Filosofía y Lógica y Filosofía de la Ciencia, Historia Contemporánea, Lengua Española, Literatura Española, Marketing, Metafísica y corrientes actuales de la Filosofía, Ética y Filosofía Política, Psicología Experimental, Psicología Social y Sociología.

El siguiente cuadro muestra la distribución del profesorado funcionario en los tres departamentos con sede en la Facultad de Comunicación:

Tabla 1.

	Departamento de Periodismo I	Departamento de Periodismo II	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Profesores Titulares de Escuela Universitaria	1	0	0
Profesoras Titulares de Escuela Universitaria	1	0	0
Total Titulares de Escuela Universitaria	2	0	0
Profesores Titulares de Universidad	5	2	11
Profesoras Titulares de Universidad	4	5	5
Total Titulares de Universidad	9	7	16
Catedráticos de Universidad	2	2	0
Catedráticas de Universidad	0	1	0
Total Catedráticos de Universidad	2	3	0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de Información sobre Investigación de la Universidad de Sevilla (SISIUS), 2019.

En cuanto a las figuras de profesores contratados, la situación es la siguiente:

Tabla 2.

	Departamento de Periodismo I	Departamento de Periodismo II	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Profesores Contratados Doctores LOU y asimilados	2	1	2
Profesoras Contratadas Doctores LOU y asimilados	0	1	2
Total profesorado Contratados Doctores y asimilados	2	2	4
Profesores Ayudantes Doctores LOU y asimilados	2	1	6
Profesoras Ayudantes Doctores LOU y asimilados	0	3	4
Total Profesorado Ayudantes Doctores LOU y asimilados	2	4	10
Profesores Asociados y asimilados	2	3	6
Profesoras Asociadas y asimiladas	2	4	2
Total profesorado Asociado y asimilados	4	7	8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de Información sobre Investigación de la Universidad de Sevilla (SISIUS), 2019.

Además de las figuras recogidas en las tablas anteriores, los Departamentos acogen también a Profesores Sustitutos Interinos y Personal Investigador en Formación que van variando de curso en curso y que imparten docencia en las distintas titulaciones.

En cuanto al Doctorado Interuniversitario en Comunicación podemos indicar que agrupa un claustro de profesores doctores de las Universidades que participan en el programa y de otras universidades de España y del extranjero que se sitúa actualmente en torno a noventa. De estos, 42 pertenecen a la Facultad de Comunicación de Sevilla.

Los informes de seguimiento de la calidad en los últimos años reflejan que se ha producido un descenso en el porcentaje de profesores con vinculación permanente en los títulos (más acusado en los Grados que en los Másteres como consecuencia, sobre todo, de las jubilaciones), la cualificación de los

mismos es elevada y permite asumir una docencia de calidad que responde a las demandas de los estudiantes y a su capacitación profesional para integrarse de manera satisfactoria en el mercado laboral una vez que finalicen sus estudios. Los sexenios de investigación también van en aumento, en especial los referidos a profesores/as que han recibido por primera vez reconocimiento de un tramo investigador ya que hasta hace muy poco los Contratados Doctores no podían solicitarlo. También ha aumentado el número de investigadores que han pasado de uno a dos sexenios.

Todos los títulos de la Facultad de Comunicación, tanto de Grado como de Máster oficial y de Doctorado, han superado satisfactoriamente los procesos de renovación de sus respectivas acreditaciones por parte de la Agencia Andaluza de Conocimiento. Los Másteres en Comunicación y Cultura y Comunicación Institucional y Políticas han sido revalidados ya también por segunda vez.

Con relación a grupos de investigación reconocidos por el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI) de la Junta de Andalucía, pueden mencionarse los que se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 3.

Grupo de Investigación	Código	Responsable
International Research os Communication and Marketing Mix (IROCAMM)	SEJ624	Dir. Gloria Jiménez Marín
Métodos, Análisis y Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional (MAECEI)	SEJ197	Juan Rey Fuentes
Grupo de Investigación en Comunicación Política, Ideología y Propaganda (IDECO)	SEJ539	Antonio Pineda Cachero
Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales en su Historia para el Cambio Social (AdMira)	SEJ496	Virginia Guarinos Galán
Grupo de Investigación en Comunicación, Arte y Videojuegos	TIC237	José Luis Navarrete Cardero
Equipo de investigación de la Imagen y la Cultura Visual en el Ámbito de la Comunicación.	HUM1013	Jesús Jiménez Varea
Communication & Social Sciences	SEJ-619	Manuel Garrido Lora
Tecnología, Arte y Comunicación (TECNOARTECOM)	HUM868	Fernando Ramón Contreras Medina
Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (Compolicas)	SEJ456	Francisco Sierra Caballero

Historia del Periodismo y las Lecturas Populares en Andalucía (IHPLA)	SEJ070	Carmen Espejo Cala
Grupo de Investigación en Comunicación, Cultura y Ciencia (GICCC)	HUM752	José Miguel Alcívar Cuello
Análisis y Técnica de la Información	HUM212	José Manuel Gómez y Méndez
Influencias de los Géneros Periodísticos y de las Tecnologías en la Comunicación Social (HUM052)	HUM885	Antonio López Hidalgo
Estrategias de Comunicación	HUM849	Juan Luis Manfredi Mayoral
Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO)	HUM618	Ramón Reig García
Medios, Políticas de Comunicación y Democracia en la Unión Europea (DEMOC-MEDIA)	SEJ528	Aurora María Labio Bernal
Equipo de Investigación en Géneros Audiovisuales e Imágenes (EGAUDIM)	SEJ060	Pastora Moreno Espinosa

5. Infraestructuras del Centro

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla está ubicada en el Parque Científico y Tecnológico Cartuja. El edificio se encuentra dividido en dos grandes áreas: el espacio docente y el espacio de la práctica de los alumnos:

- El espacio docente. Lo constituye las aulas de clases teóricas y aquellos laboratorios destinados para la impartición de clases prácticas con tecnología de medios: aulas y estudios de radio, platós de televisión, aulas de edición de vídeo, aulas de informática con software especializado, aula de MediaLab, estudio y laboratorio fotográficos, etc. Están preparados para que asistan grupos amplios de alumnos y garantizan un correcto desarrollo de la docencia, pero sin dejar a un lado su ajuste a la realidad empresarial y profesional.
- El espacio de prácticas de alumnos. Son espacios destinados exclusivamente al desarrollo —individual o en pequeños grupos— de ejercicios prácticos de los alumnos o autoaprendizaje: seminarios de biblioteca o videoteca, cabinas de edición de vídeo, cabinas de edición de audio, estudios de audio, sala de grafismo 3D, aula de videojuegos, estudios de radio, laboratorio fotográfico, etc.

Ambos espacios se han actualizado de acuerdo a las exigencias docentes y a las posibilidades económicas de la Universidad, como se recoge en el Plan de Renovación de Infraestructuras y Equipamientos elaborado por el Vicedecanato de Desarrollo de Proyectos e Infraestructuras de la Facultad de Comunicación. El edificio cuenta también con un Salón de Actos, un Salón de Grados y una Sala de Juntas.

Por su parte, la Biblioteca de la Facultad cuenta con una superficie total de 1500 m² distribuidos en Biblioteca y Videoteca. Los puestos de lectura individual son 372 con conexión a la red eléctrica y wifi. Cuenta, además, con siete salas de trabajo en grupo. La Videoteca, por su parte, tiene un fondo de material audiovisual y en ella están habilitadas doce cabinas de visionado y una Sala Home Cinema, para uso docente con capacidad para 33 personas. En ambos casos, estamos hablando de puestos adaptados a personas con discapacidad motora y visual, apostando de manera decidida por la inclusión de todos nuestros colectivos. La Biblioteca de la Facultad de Comunicación cuenta con una importante colección de obras impresas y electrónicas relacionadas con las materias que se imparten, así como las que son necesarias para la investigación que se desarrolla en la misma.

Todas las iniciativas formativas desarrolladas en el Centro se integran dentro de la línea de acción estratégica definida en el Plan de Orientación y Acción Tutorial. En los últimos años, desde la puesta en marcha de IDUS (el Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla), la Biblioteca de la Facultad ha introducido en el mismo las publicaciones de profesores de la Facultad de Comunicación, contribuyendo a dar difusión y visibilidad a la labor investigadora del PDI y posicionándose como un actor destacado dentro de las políticas de promoción del Open Access. Durante el año 2017 se consolidó la utilización del espacio denominado CineCom, como vía principal de acceso a los fondos de la Videoteca. Los datos estadísticos que proporciona el programa Google Analytics indican que las páginas de la Biblioteca de Comunicación tuvieron un total de 84.704 vistas.

Como agente cultural, la Biblioteca de Comunicación también ha organizado exposiciones presenciales y virtuales a través del programa Expobus. En febrero de 2017 el tema elegido fue el «Amor». En mayo del mismo año, la Biblioteca acogió una exposición sobre el cómic español, evento galardonado con el Premio a la Mejor Buena Práctica en las Jornadas de Buenas Prácticas de la Biblioteca de la Universidad de Sevilla.

6. Otros proyectos de interés: emprendimiento y acciones solidarias

La Facultad de Comunicación ha apostado por el fomento del emprendimiento en el sector de la comunicación a través de la oficina de apoyo al emprendedor y del espacio de preincubación y *coworking* de la Facultad de

Comunicación (PrEmCom), donde se alojan iniciativas empresariales desde 2016. A lo largo de los cuatro años de experiencia, es posible destacar varios proyectos alojados en los espacios: «360° Heritage Suite», geolocalizador de recursos turísticos creado por Alejandro López y que actualmente factura con Expedia (multinacional de reservas online turísticas, hotelera etc.); «WET edugames», *start up* que se centra en el desarrollo de un juego de realidad alternativa para el aprendizaje de idiomas; «Marketing Difusión», orientado a la gestión publicitaria de empresas en Internet; y «Yazyki», una iniciativa que une literatura y realidad virtual y que se convirtió en el primer proyecto de la Facultad que ganó el Concurso de Ideas de Negocio de la Universidad de Sevilla. Las dos últimas iniciativas han sido seleccionadas en las galas «Proyectos 2.0 en Acción», organizadas por LabProCom.

Asimismo, en los últimos cinco años se han puesto en marcha desde la Facultad de Comunicación distintas acciones solidarias que buscan establecer puentes con la sociedad. Una de las más relevantes ha sido la campaña de recogida de juguetes y material escolar que trajo a las puertas de la Facultad de Comunicación camiones del ejército para el traslado de las casi cincuenta cajas que se recolectaron dirigidas a la misión que la Unión Europea desarrolla en Bamako (Mali). Cada año la Compañía de Radioteatro de Profesores de la Facultad de Comunicación pone en marcha una obra y lo recolectado por la venta de entradas se ha destinado a diversas ONG: Acnur, Cruz Roja Española, Proactiva Open Arms, Sine Domus, entre otros.

7. Conclusiones

Los títulos ofertados en la Facultad de Comunicación, tanto en el nivel de grado como de Máster y Doctorado, han mantenido y mantienen una elevada demanda desde su implantación. En cuanto a las infraestructuras, el Plan de Renovación de las mismas permite contar con un equipo material de vanguardia ajustado a las necesidades específicas de los títulos impartidos. Junto a ello, el equipo humano que se encarga del funcionamiento y mantenimiento de estos recursos es indispensable para poder completar con éxito el programa formativo de los alumnos y el desempeño docente.

En cuanto a los resultados de aprendizaje, pueden relacionarse con indicadores cuantitativos relevantes, como, por ejemplo, la tasa de éxito, que mantienen una dinámica ascendente desde la implantación de los distintos títulos.

El Centro cuenta con una plantilla que se ha ido enriqueciendo con doctores y con profesores que de manera continuada y progresiva se han ido acreditando a las distintas figuras de profesorado de la ANECA y que han empezado a ampliar su número de sexenios de investigación acreditados.

Tabla 4. Tasa de éxito de los títulos de la Facultad de Comunicación.

Tasa de éxito (*)	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
CAV	89.21%	89.48%	93.09%	94.85%	94.22%	93.77%	95.03%	92.98%
PER	83.73%	87.96%	91.82%	91.63%	91.76%	91.38%	90.66%	89.58%
PUB	88.97%	92.58%	92.54%	94.12%	94.29%	94.14%	94.48%	93.59
MU CIYP		100%	100%	100%	100%	100%	100%	99.65%
MUCYC	99.35%	100%	99.11%	100	99.23%	100%	98.16%	99.3%
MUEC	100%	99.62%	99.29%	100%	100%	100%	99.51%	100%
MUGNCA	100%	99.73%	100%	99.8%	99.37%	100%	100%	100%

(*) Porcentaje de créditos superados por el alumnado en el curso objeto de estudio en relación al número de créditos correspondientes a las asignaturas a las que se ha presentado. $X = (N^{\circ} \text{ de créditos superados por el alumnado} / N^{\circ} \text{ de créditos de las asignaturas a las que se presenta}) * 100$.

Fuente: elaboración propia a partir de Indicadores del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos (SGCT) de la Universidad de Sevilla

Sin embargo, no quisiéramos terminar sin mencionar que esta estabilización del profesorado debería haberse producido a un ritmo más rápido en nuestra Facultad y en todas. Y es que, en líneas generales, las universidades públicas hemos padecido los efectos de la crisis económica, en especial desde abril del 2012 cuando se aprobó un Real Decreto-ley de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. A partir de entonces las Universidades han iniciado una travesía por el desierto sin precedentes en los últimos años, perdido derechos y sometiéndose a un acentuado control gubernamental y a recortes presupuestarios. El profesorado lo ha padecido en primera persona con la falta de contratación que imposibilita la estabilidad de los más jóvenes o de la promoción de quienes llevan años dedicados a la docencia y la investigación. También con el incremento de la carga lectiva con base en criterios que estimulan la disparidad y complican más aún el panorama.

Referencias bibliográficas

- Informes de Seguimiento 2017-2018 de los Grados y Másteres Oficiales de la Facultad de Comunicación.* Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Planes de Estudio de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- Informe de Seguimiento 2017-2018 del Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación.* Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Planes de Estudio de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- LEY ORGÁNICA 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en: *Boletín Oficial del Estado*. Nº 307, 24 de diciembre de 2001.
- LEY 15/2003, de 22 de diciembre, Andalucía de Universidades, en: *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*. Nº 251, 31 de diciembre de 2003.
- RESOLUCIÓN de 17 de junio de 2002, de la Universidad de Sevilla, por la que se ordena la publicación de los planes de estudios conducentes a la obtención de los títulos de Licenciado en Comunicación Audiovisual, Licenciado en Periodismo y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, en: *Boletín Oficial del Estado*, Nº 159, 4 de julio de 2002.
- Ramírez Alvarado, María del Mar; Mancinas Chávez, Rosalba; Martínez Pecino, Roberto. «Feminización de los estudios de Comunicación: la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla», en: *Temas de Comunicación*. 2015. Núm. 31. Pag. 38-58.