



EMPLEABILIDAD Y COMUNICACIÓN

**Comprender y diversificar
las prácticas externas de las
titulaciones de comunicación**

VÍCTOR HERNÁNDEZ-SANTAOLALLA Y JUAN VARGAS-IGLESIAS
(COORDINADORES)

Editorial Universidad de Sevilla

EMPLEABILIDAD Y COMUNICACIÓN

VÍCTOR HERNÁNDEZ-SANTAOLALLA
JUAN VARGAS-IGLESIAS
(COORDINADORES)

EMPLEABILIDAD Y COMUNICACIÓN

Comprender y diversificar las prácticas externas
de las titulaciones de comunicación

 EDITORIAL
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Sevilla 2025

Colección Actas

Núm.: 93

COMITÉ EDITORIAL
DE LA EDITORIAL UNIVERSIDAD DE SEVILLA:

Araceli López Serena
(Directora)
Elena Leal Abad
(Subdirectora)

Concepción Barrero Rodríguez
Rafael Fernández Chacón
María Gracia García Martín
María del Pópulo Pablo-Romero Gil-Delgado
Manuel Padilla Cruz
Marta Palenque
María Eugenia Petit-Breuilh Sepúlveda
Marina Ramos Serrano
José-Leonardo Ruiz Sánchez
Antonio Tejedor Cabrera

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de la Editorial Universidad de Sevilla.

Financiación: IV Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla.

Motivo de cubierta: Ilustración de Lu Pan Liu.

© Editorial Universidad de Sevilla 2025
C/ Porvenir, 27 - 41013 Sevilla.
Tlfn.: 954 487 447; 954 487 451; Fax: 954 487 443
Correo electrónico: info-eus@us.es
Web: <https://editorial.us.es>

© Víctor Hernández-Santaolalla, Juan Vargas-Iglesias (coordinadores) 2025

© De los textos, los autores 2025
ISBN 978-84-472-2652-8
DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/9788447226528>

Diseño de cubierta: Lu Pan Liu
Maquetación: Cuadratín Estudio

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Presentación | |
| <i>Luis Navarrete-Cardero</i> | 9 |
| Introducción | |
| <i>Victor Hernández-Santaolalla y Juan Vargas-Iglesias</i> | 11 |
| Capítulo 1. Prácticas en el Grado en Comunicación Audiovisual como paso intermedio en la profesionalización del alumnado | |
| <i>Miguel Ángel Pérez-Gómez</i> | 15 |
| Capítulo 2. La formación profesional del estudiantado universitario en el campo de la comunicación audiovisual | |
| <i>Silvia Rusñol-Romero</i> | 23 |
| Capítulo 3. Prácticas en empresas en el Grado en Periodismo de la Facultad de Comunicación. Retos en la era de la inteligencia artificial | |
| <i>Salomé Sola-Morales</i> | 35 |
| Capítulo 4. Compromiso, aprendizaje y motivación. Experiencias en torno a las prácticas externas en el Grado en Periodismo | |
| <i>Alba María Iglesias Moya</i> | 45 |
| Capítulo 5. Prácticas y empleabilidad en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla: Alcance y límites de la transferencia de conocimiento desde la formación al sector profesional | |
| <i>Antonio Pineda y Antonio Lozano</i> | 53 |
| Capítulo 6. Qué hacer cuando te gradúas. Las prácticas de empresa como primera experiencia laboral | |
| <i>Andrea del-Zapatero-Estefani</i> | 65 |

| | |
|---|-----|
| Capítulo 7. Consideraciones sobre las prácticas externas en la Universidad de Sevilla. Análisis de fortalezas y debilidades en el Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política <i>Concha Pérez-Curiel</i> | 75 |
| Capítulo 8. Experiencias y oportunidades profesionales para los egresados del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política <i>Jessica Domínguez Delgado</i> | 89 |
| Capítulo 9. Empleabilidad y comunicación. El caso de prácticas en la productora audiovisual Indaloymedia <i>Joaquín Marín Montín</i> | 97 |
| Capítulo 10. Experiencia personal y reflexiones en torno a las prácticas externas del Máster Universitario en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual <i>Antonio Moreno Cárdenas</i> | 105 |
| Capítulo 11. La asignatura de prácticas externas en el Máster Universitario en Escritura Creativa <i>M^a Jesús Orozco Vera y Carlos Peinado Elliot</i> | 119 |
| Capítulo 12. Salidas profesionales del Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos <i>Marina Ramos-Serrano</i> | 127 |

PRESENTACIÓN

LUIS NAVARRETE-CARDERO

Universidad de Sevilla

La búsqueda de empleo y el ajuste de nuestros títulos a un mercado laboral caracterizado por la economía digital, es decir, aquella donde intervienen las tecnologías de la información y la comunicación en la creación de bienes y servicios, se ha convertido en una tarea de gran relevancia para las facultades de comunicación actuales. Es justamente en este contexto en el que se enmarcan las páginas del presente libro, fruto de la actividad «Hablemos de la empleabilidad en comunicación: panel de entidades para comprender y diversificar las prácticas curriculares», celebrado en la Facultad de Comunicación el 20 de octubre de 2022, coincidiendo con la IX Feria de Empleo de la Universidad de Sevilla. Específicamente, la actividad se centró en el desarrollo de cinco mesas redondas en las que, mediante una conversación entre estudiantes, docentes y empleadores, se habló de las prácticas externas y, consecuentemente, de las salidas profesionales de los cuatro títulos de máster de la Facultad de Comunicación que actualmente ofertan prácticas curriculares (Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política, Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos, Máster Universitario en Escritura Creativa y Máster Universitario en Guion y Narrativa Audiovisual) y de los tres títulos de grado que actualmente ofertamos (Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Periodismo y Grado en Publicidad y Relaciones Públicas).

El evento, en cualquier caso, no quedaba aislado. Como se ha comentado, se celebró en el marco de la IX Feria de Empleo, en la que se celebraron diversas mesas, tanto presenciales como virtuales, de las cinco ramas de conocimiento de los títulos impartidos por la Universidad de Sevilla (Arte y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ingeniería y Arquitectura, y la nuestra, Ciencias Sociales y Jurídicas).

Volviendo a la actividad «Hablemos de la empleabilidad en comunicación», las mesas redondas que se desarrollaron tuvieron una doble función: por un lado, la conexión del alumnado con el mercado laboral, pues la IX Feria de Empleo ofrecía oportunidades para contactar con empresas y enviarles currículos de cara a futuras contrataciones o aprovechar las diferentes vacantes que las empresas participantes pudiesen poner a disposición de los alumnos; por otro, la posibilidad de que todos los agentes implicados comprendieran mejor el sentido de las prácticas que el estudiantado realiza en las diferentes empresas y organizaciones. En esta línea, desde este decanato estamos trabajando con vistas a una mayor implicación y conexión de todos los agentes que se dan cita en las prácticas curriculares de nuestro alumnado: empleadores y tutores profesionales, estudiantes y tutores académicos. Se han previsto diferentes acciones encaminadas a estrechar este vínculo, algunas de las cuales ya se han concretado, y otras se concretarán en los próximos meses con el deseo de dotar de la máxima calidad de la que seamos capaces la experiencia laboral en práctica de nuestro alumnado.

INTRODUCCIÓN

VÍCTOR HERNÁNDEZ-SANTAOLALLA

Universidad de Sevilla

JUAN VARGAS-IGLESIAS

Universidad de Sevilla

En el área de comunicación pueden distinguirse dos dimensiones principales que hacen referencia a su naturaleza plural y diversa: por una parte, se trata de un área de enseñanza y desarrollo que comprende diferentes disciplinas interrelacionadas de diferentes ramas de conocimiento; por otra, la pluralidad está también patente en el diseño de cada uno de los títulos, como se sigue de la diversidad de medios de comunicación de masas (radio, prensa, televisión, internet, videojuego, aplicaciones), actividades relativas a ellos (montaje, iluminación, guion, diseño UX/UI, periodismo digital, redactor publicitario, desarrollo *transmedia*) y enfoques metodológicos y epistemológicos. Por supuesto, esta pluralidad afecta en gran medida a las prácticas curriculares, que existen para satisfacer las demandas de formación del alumnado en su campo específico. Esta demanda, sin embargo, presenta en su reverso un aspecto problemático: la dificultad de las empresas y entidades para comunicar correctamente las tareas concretas que va a desempeñar el alumnado y las destrezas específicas que va a obtener en su aprendizaje.

Las prácticas externas suponen una formación complementaria para el estudiantado, el cual tiene la oportunidad de aplicar los conocimientos aprendidos en el aula fuera de la misma, pero aún en un entorno curricularmente controlado, en una especie de simulacro de lo que será su futuro profesional. Sin embargo, al igual que unas ofertas laborales pueden resultar más atractivas, e incluso populares, que otras, lo mismo sucede con las ofertas de prácticas. De esta forma, muchas ofertas de prácticas quedan por ello solicitadas por encima de su capacidad de absorción de estudiantes en prácticas, mientras que otras quedan desiertas convocatoria tras convocatoria. Para limitar esta problemática en lo posible, el proyecto «Hablemos de la empleabilidad en comunicación: panel de entidades para comprender y diversificar las prácticas

curriculares» configuró, en el marco de la IX Feria de Empleo de la Universidad de Sevilla, paneles de organizaciones empleadoras, docentes y estudiantes que abordaron distintas perspectivas sobre el empleo en comunicación. Con ello se pretendió un entorno de debate y puesta en común en el que tanto el estudiantado como las empresas pudieran conversar sobre los diferentes intereses y opciones que coexisten en el desarrollo de sus carreras, así como sobre sus posibilidades de conciliación.

La actividad buscaba dar respuesta a tres objetivos principales: 1) dar visibilidad a determinadas entidades cuyas ofertas están menos solicitadas, pero que ofrecen planes de formación al estudiantado acordes con los objetivos de aprendizaje y las competencias de las distintas titulaciones; 2) dar cobertura a las inquietudes del alumnado en relación a en qué parcelas y ámbitos quieren especializarse y desarrollar su carrera profesional, y 3) entablar conversaciones entre entidades y estudiantes (actuales y pasados), y profesorado, que repercutan favorablemente a todas las partes.

En definitiva, el proyecto buscaba ser un canal con el que mejorar la comunicación entre entidades y estudiantes, y un lugar en el que compartir experiencias, entender contextos y aclarar aspectos estructurales que, por norma, suelen resultar poco claros o desconocidos para el estudiantado. Asimismo, en un sentido más inmediato, se pretendía que aquellas entidades con prácticas de calidad que eran menos solicitadas acabaran teniendo una mayor aceptación por parte del alumnado cuando este contara con la información apropiada; ello habría de mejorar el proceso de adjudicación de plazas y la satisfacción de empresas y estudiantado.

En este libro pueden hallarse las principales conclusiones de aquel encuentro, recogándose en los distintos capítulos la información debatida, al tiempo que se discute acerca de la empleabilidad en las áreas de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Periodismo. En cuanto a la estructura del volumen, esta ha respetado en cierta medida el espíritu de las mesas redondas, intentando establecer la visión tanto de docentes como de estudiantes, quienes parten de lo comentado en las diferentes sesiones para ir más allá de las mismas y discutir acerca de la profesión y de la conexión de esta con las distintas titulaciones. Así, se recogen en el presente volumen dos capítulos por titulación: uno firmado por un miembro docente y otro por un miembro del estudiantado. En concreto, en lo que respecta a los títulos de grado, los docentes Miguel Á. Pérez-Gómez, Salomé Sola-Morales y Antonio Pineda, y las egresadas Silvia Rusiñol, Alba María Iglesias Moya y Andrea del Zapatero discuten, respectivamente, acerca de las prácticas externas y la empleabilidad de los grados en Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. Estos, a su vez, dan voz a las personas empleadoras que participaron en las mesas redondas, a saber, José Luis Velázquez y Conchita Endrino (Dex Media Producciones, S.L.), Esperanza Rodríguez (CRAI Antonio de Ulloa) y Aldo

Raimondi (Telecable Andalucía) por el Grado en Comunicación Audiovisual; Nuria Castro Lemus (Asociación de Mujeres Activa Diversidad), Christopher Rivas (Asociación de Prensa Alcalareña) y Sara González (Lantia Publishing S.L.) por el Grado en Periodismo, y Joaquín Fernández y Miguel Luque (Comunicación Dobuss), Regli Gómez (Vivir a mi manera) y Jorge Franco (Turismo Creativo) por el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

En cuanto a los títulos de máster, las prácticas y salidas profesionales del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política son discutidas por la docente Concha Pérez-Curiel y la egresada Jessica Dominguez Delgado, que dan voz a Valentín Escribano (Factor H), Lucía Sell Trujillo (Factoría Cultural-ICAS/Ayuntamiento de Sevilla) y la también egresada Marta Mangas Santos. Por su parte, con respecto al Máster en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual, hacen lo propio el profesor Joaquín Marín Montín y el egresado Antonio Moreno Cárdenas, quienes, a su vez, recogen las palabras de Guillermo Garrigós González de Indaloymedia. Cierran el libro M^a Jesús Orozco Vera y Carlos Peinado Elliot, docentes del Máster Universitario en Escritura Creativa, y Marina Ramos-Serrano del Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos.

En resumen, el presente volumen pretende recoger las discusiones en torno a las prácticas externas y a la empleabilidad que tuvieron lugar en las mesas redondas e ir más allá, configurándose como una compilación de experiencias y reflexiones en torno a las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades a las que se enfrenta el sistema de educación superior y, en concreto la Universidad de Sevilla, en lo que respecta a las salidas profesionales de los estudios en Comunicación y cómo estas se relacionan con los programas formativos.

CAPÍTULO 1

PRÁCTICAS EN EL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMO PASO INTERMEDIO EN LA PROFESIONALIZACIÓN DEL ALUMNADO

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ-GÓMEZ
Universidad de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

¿Qué papel juegan las prácticas en la formación del alumno en un Grado como el de Comunicación Audiovisual? Como docente del grado en cuestión, y a lo largo de los años, se tiene la sensación de que el alumnado percibe cada vez más el carácter vocacional de este tipo de estudios, que son muy diferentes, por ejemplo, a las ingenierías. Esto redundaría en que estamos hablando de un grado en el que el equipo docente debe ser realista, pero sin hacer caer al alumnado en el pesimismo, algo que se debe ir acentuando a medida que avanzan en la carrera y van aumentando las asignaturas prácticas basadas en la realización de proyectos, en las que deben ir perfilando competencias como el trabajo en equipo o el área de especialización. Esta es una cuestión que, de manera inevitable, deberán ir conociendo en trabajos personales fuera del aula y muchas veces teniendo como punto de partida los conocimientos adquiridos en clase, ampliados en las asignaturas de carácter práctico y que se deben intensificar con eficiencia en las prácticas curriculares como parte de un proceso formativo que incentive un entorno para el aprendizaje crítico natural (Bain 2005).

Las mesas redondas sobre empleo en la Facultad de Comunicación son una oportunidad excepcional para poner en contacto y conocer las necesidades de la empresa y los conocimientos del alumnado de último curso de un grado, en este caso el de Comunicación Audiovisual. Los docentes tomamos conciencia de que somos unos intermediarios; que no solo debemos estructurar el conocimiento para impartirlo, sino que en cierta manera debemos considerar la enseñanza de conocimientos procedimentales para su incorporación al mundo laboral.

En la mesa redonda dedicada al Grado en Comunicación Audiovisual se tuvo la oportunidad de ver qué es lo que ofrecen las empresas audiovisuales en la provincia de Sevilla, poniendo el foco en tres ámbitos comunicativos diferentes y el punto de vista de una alumna que ya ha realizado las prácticas. Las personas participantes fueron José Luis Velázquez (realizador) y Conchita Endrino (productora) de Dex Media Producciones, Esperanza Rodríguez del CRAI Antonio de Ulloa y Aldo Raimondi de Telecable Andalucía. Estos representantes explicaron en qué consiste su empresa, cuáles son sus procesos de trabajo, qué experiencias tuvieron con estudiantes, qué supone estar en una empresa como parte de un aprendizaje integral, y qué aporta el alumnado en prácticas a la entidad. Por parte de los estudiantes participó la alumna egresada Silvia Rusñol-Romero, que habló de su experiencia en dichas prácticas.

Este capítulo va a ir de la mano de las aportaciones y matizaciones realizadas en la mesa, quizás más interesantes que un abordaje puramente teórico o institucional. Es interesante ver el punto de vista de tres tipos de empresa diferentes, saber lo que ofrecen y lo que esperan de los alumnos, así como qué espera el alumnado de las prácticas y de las empresas.

2. EMPRESAS, ESTUDIANTES, PRÁCTICAS Y APRENDIZAJE

Antes de empezar a ejemplificar las cuestiones relacionadas con las prácticas curriculares y los casos expuestos en la mesa, debemos entender cuál es el marco normativo de estas. En el punto 3.1 de la Normativa Interna de Prácticas Externas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, se definen de la siguiente manera:

[...] debe entenderse por prácticas académicas externas aquellas actividades formativas realizadas por los estudiantes universitarios y supervisadas por la Universidad de Sevilla, cuyo objetivo es permitir a los estudiantes aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias que le preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento (2020: 1).

Se trata de un paso previo a la salida al mercado laboral en el que se busca que el estudiantado aplique los conocimientos adquiridos durante el grado a través de un proceso de mediación, cuya finalidad queda recogida en la normativa citada anteriormente, concretamente en el artículo 5.1:

5.1. Con la realización de las prácticas curriculares se pretenden alcanzar los siguientes fines:

- a) Contribuir a la formación integral de los estudiantes completando su aprendizaje teórico y práctico.
- b) Facilitar el conocimiento de la metodología de trabajo adecuada a la realidad profesional en que los estudiantes habrán de operar, contrastando y aplicando los conocimientos adquiridos.
- c) Favorecer el desarrollo de competencias técnicas, metodológicas, personales y participativas.
- d) Obtener una experiencia práctica que facilite la inserción en el mercado de trabajo y mejore su empleabilidad futura.
- e) Favorecer los valores de la innovación, la creatividad y el emprendimiento (2020: 2).

En la mesa de ponentes nos encontramos con tres formas de entender la industria audiovisual andaluza con un compromiso por formar al alumnado en diferentes maneras de comunicar y por instruir a futuros profesionales del medio. El primer caso es el del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) Antonio de Ulloa, perteneciente a la Universidad de Sevilla, ubicado en el campus científico-técnico de Reina Mercedes. Es un centro híbrido, con la biblioteca más grande de la Universidad de Sevilla, que incluye la posibilidad de impartir la docencia en aulas TIC, nueve aulas con equipamiento informático individual y de última tecnología con los *softwares* más actualizados para la docencia. Aparte de todos estos servicios, desde el CRAI se realiza mucha divulgación científica a través de exposiciones, charlas y conferencias. En general, es un centro encaminado a favorecer el aprendizaje y la divulgación, dotado de muchos recursos tecnológicos.

Este centro de la Hispalense representa las posibilidades de la divulgación científica, tan necesaria en nuestros días. El campo de la producción audiovisual en el mundo de la ciencia tiene cada vez mayor proyección. Esta necesita comunicar sus avances para el público en general, adaptando una terminología que puede ser en exceso compleja. Eso nos lleva a otro frente de la industria audiovisual, pues el alumnado muchas veces no es consciente de las posibilidades laborales que existen tras este tipo de comunicación, y de que las empresas y las instituciones públicas también tienen esas necesidades. Es importante pensar desde el ámbito docente en favorecer, de cara al desarrollo profesional del alumnado, las posibilidades laborales que ofrece la comunicación institucional y científica, a pesar de que gran parte del alumnado espera trabajar en la industria audiovisual del entretenimiento. Puede pensarse desde el ámbito docente una comunicación didáctica con el alumnado que le haga entender las ventajas laborales de estos dos ámbitos comunicativos, abriendo nuevos campos en los estudios universitarios en cualquiera de las áreas y subáreas de la comunicación.

Telecable plantea otra forma de entender las necesidades comunicacionales desde el área de una proveedora de servicios, en este caso de internet por

fibra óptica con wifi, aunque lo más interesante para el alumnado es que también gestionan tres canales de televisión local ubicados en la provincia de Sevilla, concretamente en Lora del Río, Utrera y en Las Cabezas de San Juan. Las prácticas que tienen lugar en televisiones locales tienen una serie de ventajas para el aprendizaje del estudiantado. En primer lugar, se aprende a desarrollar conocimientos procedimentales, con la opción de participar en la creación de un contenido de principio a fin; a ver las posibilidades de la industria audiovisual de cercanía, y, sobre todo, a asumir la importancia de los medios tradicionales en la comunicación local como algo fundamental para realizar una labor integradora del territorio. En segundo lugar, obtienen una experiencia laboral a través de la transversalidad en el aprendizaje práctico, participando en distintos procesos para acabar especializándose en un área tras haber visto qué da de sí cada ocupación; cuestión que es primordial en el aprendizaje en un medio como la televisión. Destacan en este tipo de labores las distintas disciplinas a desarrollar, y la elaboración de las diferentes programaciones televisivas adaptadas a cada población en las que el alumno tiene un rol activo.

Aldo Raimondi, en su presentación de Telecable, comentó que a veces el alumnado que llega a las prácticas quiere quitárselas de encima sin más. Al respecto, hay que incidir en que las prácticas son tan importantes como cualquiera de los ejercicios realizados en el Grado en Comunicación Audiovisual, en el que existen varias asignaturas que van más allá de lo teórico y de lo práctico, que buscan preparar para el mundo laboral y desarrollar la capacidad de resolución de problemas; asignaturas muchas veces individuales, pero otras de labor conjunta que se desarrollan bajo la idea de asignatura/s basadas en proyectos (Guisasola y Garmendia 2004), que persiguen profesionalizar al alumnado. Por ejemplo, la realización de un cortometraje que implica asignaturas de producción, realización y puesta en escena, que ya les obliga, dentro de la carrera, a trabajar con personas ajenas a la facultad y al grado; ejercicios cuya intención principal es aportar un conocimiento experto de los contenidos para que estos lleguen de manera más plena y accesible al alumnado (Bergin *et al.* s. f.). Sin embargo, las prácticas deben ser algo más, una oportunidad para demostrar los conocimientos adquiridos, pero también para adquirir nuevos. Es decir, una oportunidad para conocer y darse a conocer. Experiencias previas del alumnado indican que los conocimientos adquiridos en televisiones locales han sido muy provechosos para su posterior desarrollo profesional en grandes medios, en la televisión generalista o en la que está por venir en los próximos años. El caso del medio radiofónico es mucho más ilustrativo de cómo los grandes profesionales de la radio han iniciado su carrera en emisoras locales.

Dex Media Producciones representa otra forma de entender la producción audiovisual, cuya área de trabajo es muy amplia: desde documentales, vídeos institucionales o corporativos, hasta publicidad y videoclips. Está localizada en

la población de Santiponce, aunque anteriormente se encontraba en Umbrete. Este último dato, aunque parezca banal, es relevante para subrayar, no solo que los medios locales son relevantes tanto en el proceso empresarial como cohesivo del territorio, sino también que las empresas del audiovisual no han de estar necesariamente radicadas en grandes centros urbanos. Esta parte de la charla hizo hincapié en varios aspectos que pueden ser importantes en cuanto a la formación que adquiere el alumnado en las prácticas. El estudiantado muchas veces se cuestiona emprender en este sector, en ese sentido los ponentes subrayan la importancia de realizar contactos, el periodo de prácticas puede ser un buen momento para empezar a hacer una agenda. Este tipo de prácticas ofrece la posibilidad de conocer las posibilidades de una pequeña empresa.

Otro factor interesante es la división del trabajo, ya que estas empresas durante el proceso de prácticas acentúan la labor de profesionalización ejercida en algunas asignaturas del grado. Estas son gestionadas de manera conceptual, basando la docencia en la realización de un proyecto que se debe elaborar desde la división del trabajo mediante la creación de diferentes roles orientados a la adquisición de diferentes conocimientos, por ejemplo, en la producción y realización de un cortometraje¹; proyectos con los que se pretende reforzar los conceptos teóricos y práctico-estructurales (Seoane y García-Peñalvo 2014), trabajando aspectos como la producción, documentación, el guion, la posproducción, tal como propone Dolmans (2005) y, en general, implementando los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo del grado. En las prácticas son factores relevantes, ya que el alumnado descubre la especialización del trabajo en el audiovisual, pero ese es un camino que debe empezar en el Grado en Comunicación Audiovisual para que el estudiantado pueda sacar el mayor provecho posible, y para que la adquisición del conocimiento sea lo más fluida y escalada.

Ese factor de profesionalización por el que apuestan los ponentes de Dex Media es el que ofrecen este tipo de prácticas. Entender el audiovisual como un trabajo en constante adaptación y renovación de capacidades que se puede realizar desde una productora pequeña, en la que se puede trabajar en proyectos muy interesantes en diferentes áreas del negocio. La cuestión es que el alumno se vea integrado en el proceso de producción y realización, aparte de poner sobre la mesa todo lo aprendido en el aula, tanto en lo teórico como en lo práctico.

La última ponente es Silvia Rusiñol-Romero, egresada que ha realizado diferentes tipos de prácticas y que habla de las luces y las sombras de las prácticas

1. Proyecto real que se lleva a cabo en el tercer curso del Grado en Comunicación Audiovisual, que consiste en la realización de un cortometraje y es compartido por tres asignaturas: Producción II, Realización III y Puesta en escena. Además, permite trabajar con agentes externos, como actores o estudiantes de composición audiovisual del conservatorio Manuel Castillo.

en el ámbito audiovisual que se ofrecen al alumnado, o de lo que hay que tener en cuenta a la hora de elegirlos; aspectos estos que se discuten también en el próximo capítulo del libro. Esta antigua alumna apunta algunas cuestiones previas a la formación en empresas externas y que se acotan sobre todo en las asignaturas con un alto grado de praxis en su proyecto docente, no en cuanto a la forma sino a la necesidad de que haya más docentes en los grupos de trabajo con los alumnos en los ejercicios prácticos en las aulas. Es relevante la apuesta en estos grados por una formación más personalizada en la que se preste al alumnado una docencia no tan generalista en cuanto al nivel y más adaptada a la atención al estudiantado. Una de las prácticas realizadas por esta exalumna fue en una televisión local en la que, según apunta, se participa de algunas ventajas laborales por la relación directa del trabajo de la cadena; es decir, tomar parte en la realización de eventos y, en general, experimentar un ambiente predispuesto a enseñar al alumnado en prácticas.

Paralelamente, también mencionó que en otras prácticas que realizó la experiencia no fue tan positiva, aludiendo en este caso a los posibles problemas que muchos estudiantes tienen cuando las realizan: cómo en ocasiones se busca que el alumnado sustituya a las y los profesionales durante sus prácticas; la coincidencia con la recta final de los estudios de grado, que hace que muchas veces los horarios sean perjudiciales para la realización del Trabajo de Fin de Grado o para acabar los trabajos evaluables de las diferentes asignaturas; una remuneración inexistente, o la falta de flexibilidad en las fechas académicas, que impide empezar las prácticas en el primer cuatrimestre.

CONCLUSIONES

En cuanto a la experiencia narrada por la egresada, debemos tener en cuenta algunos aspectos desde un punto de vista docente-profesional. En la universidad el alumnado tiene más de una oportunidad a la hora de aprobar una asignatura; por otro lado, en mi experiencia personal, en los proyectos prácticos se trabaja de semana en semana con correcciones continuadas para que el proceso de aprendizaje sea real, dándole al estudiante un *feedback* continuo y haciendo de este un requisito esencial en el desarrollo de los ejercicios. En la empresa seguramente la incorporación de los conocimientos del alumnado a los procesos y dinámicas de trabajo tiene que ser más inmediata. Los tres ponentes ofertantes de prácticas que participaron en la mesa ponen ese aspecto de manifiesto haciendo que el estudiantado participe desde el principio de manera íntegra en los proyectos. De ahí que este último pueda apreciar los diferentes ritmos en la aplicación de conocimientos entre la universidad y la empresa.


Pero el sistema de prácticas implantado no consiste solo en una evaluación al alumnado, sino que este puede, asimismo, evaluar a la empresa en la

que ha estado realizando las prácticas y la adecuación de lo ofertado al grado en cuestión, en este caso el de Comunicación Audiovisual.

Retomando la pregunta con la que se iniciaba este capítulo acerca del papel que juegan las prácticas en la formación del alumnado, e intentando formular una respuesta adecuada con respecto a las presentaciones de los diferentes intervinientes en la mesa, se podría decir que el rol es fundamental. Aunque esto puede parecer algo evidente, es adecuado profundizar brevemente en ello. A tal fin, me gustaría retomar las palabras de Elisa Pérez Vera, rectora emérita de la UNED, formuladas durante los años de la COVID-19. La rectora emérita decía que era necesario que «el alumno no se sienta solo. No puede tener la sensación de que es una persona abandonada» (en Gallego 2020). En parte, la enseñanza es un proceso de acompañamiento, se aprende de las personas que acompañan en las diferentes fases de la vida y, evidentemente, esto se aplica también a la universidad. El salto intermedio que el proceso de prácticas curriculares supone para muchos estudiantes es un doble acompañamiento, el de los docentes y el de los profesionales, para que el alumnado sienta que no se le suelta al vacío sin más.

REFERENCIAS

- Bain, Ken (2005): *Lo que hacen los mejores profesores universitarios*. Publicaciones Universidad de Valencia.
- Bergin, Joseph, Jutta Eckstein, Markus Völter, Marianna Sipos, Eugene Wallingford, Klaus Marquardt, Jane Chandler, Helen Sharp y Mary Lynn Manns (eds.) (s. f.): *Pedagogical Patterns. The Pedagogical Patterns Project*. Disponible en: <http://www.pedagogicalpatterns.org/> [consulta: 22/12/2023].
- Dolmans, Diana H J M, Willem De Grave, Ineke H A P Wolfhagen y Cees P M Van Der Vleuten (2005): «Problem-based learning: future challenges for educational practice and research». *Medical Education*, 39, 7, 732-741. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2005.02205.x>
- Facultad de Comunicación (2020): *Normativa interna de prácticas externas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla*, 30 de noviembre. <http://tinyurl.com/4ysuty7k>
- Gallego, Marga (2 de junio de 2020). La UNED, a examen, RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/telediario/uned-examen-online/5587508/> [consulta: 22/12/2023].
- Guisasola, Jenaro y Mikel Garmendia (coords.) (2014): *Aprendizaje basado en problemas, proyectos y casos diseño e implementación de experiencias en la universidad*. Universidad del País Vasco Secretariado de Publicaciones.
- Seoane Pardo, Antonio Miguel y Francisco José García Peñalvo (2014): «Patrones pedagógicos y docencia en red. En José Antonio Jerónimo Montes» (ed.), *Formación en red: aprender con tecnologías digitales*. Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, 30-47.



Las prácticas en empresas se erigen como una oportunidad para el alumnado de hacer una primera aproximación al terreno laboral desde el ámbito formativo, permitiéndoles aplicar profesionalmente lo aprendido en las aulas. En este sentido, es necesario que los distintos colectivos implicados –estudiantado, profesorado y entidades externas– trabajen conjuntamente para que este proceso culmine de la forma más beneficiosa posible para todas las partes. En esta línea, el presente libro recoge las conversaciones mantenidas durante la actividad «Hablemos de la empleabilidad en comunicación», en la que se debatió acerca de las prácticas y salidas profesionales del estudiantado de grado y posgrado de la Facultad de Comunicación, y cómo estas se conectan con la formación curricular que reciben a lo largo del título.