

**(C-25)**

**ESTUDIOS DE CASOS Y DESARROLLO DE TRABAJOS  
PRACTICOS EN EL APRENDIZAJE DE LA TEORÍA DE  
LA EMPRESA INFORMATIVA**

**CASE STUDIES AND DEVELOPMENT OF PRACTICAL  
WORK IN THE LEARNING MEDIA MANAGEMENT  
THEORY**

*Fernández Sande, Manuel*

*Rodríguez Barba, Dolores*

*Ortiz Sobrino, Miguel Ángel*

*Peinado Miguel, Fernando*



**(C-25) ESTUDIOS DE CASOS Y DESARROLLO DE TRABAJOS PRACTICOS EN EL APRENDIZAJE DE LA TEORÍA DE LA EMPRESA INFORMATIVA****CASE STUDIES AND DEVELOPMENT OF PRACTICAL WORK IN THE LEARNING MEDIA MANAGEMENT THEORY****Autores:**

*Fernández Sande, Manuel; Rodríguez Barba, Dolores; Ortiz Sobrino, Miguel Ángel; Peinado Miguel, Fernando*

**Afiliación:**

Profesores Departamento Periodismo IV

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.

**Indique uno o varios de los siete Temas de Interés Didáctico: (Poner x entre los [ ])**

Metodologías didácticas, elaboraciones de guías, planificaciones y materiales adaptados al EEES.

Actividades para el desarrollo de trabajo en grupos, seguimiento del aprendizaje colaborativo y experiencias en tutorías.

Desarrollo de contenidos multimedia, espacios virtuales de enseñanza- aprendizaje y redes sociales.

Planificación e implantación de docencia en otros idiomas.

Sistemas de coordinación y estrategias de enseñanza-aprendizaje.

Desarrollo de las competencias profesionales mediante la experiencia en el aula y la investigación científica.

Evaluación de competencias.

**Resumen.**

Del cambio estructural que supone la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior -Plan Bolonia- de los estudios universitarios en España, surge la necesidad de crear nuevos modelos educativos para aplicar a las recién creadas materias de enseñanza de grado.

Es esta una transformación difícil que la comunidad universitaria ha emprendido, en el caso de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM en el curso 2010-2011, y que afecta tanto a la gestión como a la aplicación de la docencia, así como al seguimiento docente y discente. Nos interesa conocer qué nuevos mecanismos hay que establecer para crear procesos de aprendizaje mucho más dinámicos para los estudiantes, en nuestro caso de 1º de grado de Periodismo, a partir de la adquisición y desarrollo de competencias capaces de fomentar la participación activa de los alumnos en la construcción del conocimiento práctico de la asignatura “Teoría de la Empresa Informativa” y de los procedimientos para la evaluación de ese conocimiento. En la búsqueda de ese aprendizaje activo se ha impulsado un uso intensivo, por parte de alumnos y profesores, de diferentes herramientas de comunicación 2.0.

En esta comunicación se exponen las principales líneas de un proyecto de innovación educativa y mejora de la docencia, el número 247, financiado por el Vicerrectorado de Desarrollo y Calidad de la Docencia de la Universidad Complutense de Madrid, y se presentan los resultados obtenidos a punto de finalizar el primer curso académico en el que se han aplicado las nuevas metodologías docentes.

**Palabras clave:**

Empresa Informativa, Periodismo, TIC, Podcasting, Innovación docente, Sociedad Global.

**Abstract.**

To the structural changes involved in the Bologna reform of university studies in Spain means the need to create new educational models to apply to new undergraduate teaching materials. This is a difficult transformation to the university community has undertaken, in the case of the School of Information Sciences of the University Complutense of Madrid in 2010-2011, and that will affect both management and the implementation of teaching and monitoring teaching and learning. We are interested in what new mechanisms must be established to create new learning processes for students, in our case of 1 degree in Journalism from the acquisition and development of skills that can foster the active participation of students in the construction of knowledge of the subject "Media management Theory" and procedures for the evaluation of that knowledge. In search of this active learning it has promoted an intensive use, by teachers and students, of different web 2.0 tools. This paper expounds the main lines of an innovation teaching project (funding by Vice-Chancellorship of Teaching Quality & Development of Universidad Complutense de Madrid – project 247- ) and it presents the results that this methodology has produced on its first academic year.

**Key words:**

Media Management, Journalism, ICT, Podcasting, Global Society, Educational Innovation.

**1.-Introducción**

La Empresa Informativa es una disciplina que se viene impartiendo en Ciencias de la Información desde 1971, con la finalidad de facilitar el ejercicio del periodismo profesional. Los contenidos de esta área científica han proporcionado conocimientos básicos sobre el funcionamiento de las empresas informativas, lo que implica la interpretación crítica de la realidad de la industria de la comunicación, un sector que ha alcanzado un gran protagonismo en esta Sociedad Global de la Información, y en el que las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) pueden transformar decisiones empresariales que afecten a la ciudadanía en su capacidad de elección y opinión en libertad y que “designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permiten una redefinición del funcionamiento de la sociedad”[2]. No olvidemos que la aplicación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación entre otros marcos de actuación afecta a saberes organizacionales y de la gestión del conocimiento.

Los contenidos de estas materias pretenden desarrollar la capacidad analítica del estudiante, además de ofrecer una buena preparación técnica y profesional de los futuros periodistas. Contribuyen a la reflexión sobre los objetivos que persiguen las empresas de comunicación, profundizan en su estructura organizativa, y analizan los diferentes procesos de gestión y toma de decisiones en los diferentes medios de comunicación.

El conocimiento de esta dimensión empresarial de los medios permite al estudiante integrarse profesionalmente con mayor eficacia en estas organizaciones, le proporciona técnicas que facilitan su capacidad para asumir en un futuro funciones directivas y, ante las importantes transformaciones que experimenta en la actualidad la comunicación social, introduce en alternativas como el autoempleo y otras salidas profesionales que permitan aprovechar las nuevas oportunidades.

La Empresa Informativa es una materia ubicada en el departamento de Periodismo IV de la UCM, según recoge el Plan de Estudios vigente aprobado el 6 de octubre de 1995.

## **2.- Proceso de adaptación de la asignatura Teoría de la Empresa Informativa al Espacio Europeo de Educación Superior.**

### **2.1 Principales objetivos que afronta la asignatura en el nuevo Grado de Periodismo.**

En el curso 2010-11 se ha reestructurado toda la programación docente relativa a las materias relacionadas con la Empresa Informativa. Así, han surgido con criterios EEES dos asignaturas obligatorias: “Teoría de la Empresa Informativa”-que se imparte en primer curso- y “Dirección y Gestión de Empresas Periodísticas”-que se puede cursar en cuarto.

Además, los alumnos del Grado de Periodismo pueden completar sus conocimientos con dos asignaturas optativas de 6 créditos ECTS: “La Empresa Informativa y su Relación con los Sistemas Políticos” y “Principios de Financiación y Gestión de los Contenidos Informativos”, también impartidas en primero y cuarto, respectivamente

Con el objetivo de lograr un programa adaptado tanto a las nuevas necesidades docentes como para lograr el máximo interés por parte de los alumnos, se constituyó un grupo de trabajo en el Departamento de Periodismo IV de la UCM, cuyo coordinador es el profesor Fernández Sande, para afrontar la citada “Teoría de la Empresa Informativa”. Los cuatro docentes pretendían:

- a) Adaptar los contenidos de la asignatura, en función de las características de la formación previa del alumnado, y orientarlos a la consecución de una serie de competencias profesionales. [3]
- b) Facilitar la adquisición de conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores que favorezcan la incorporación de los alumnos en el mundo profesional de las empresas informativas.
- c) Desarrollar y coordinar los contenidos, materiales y prácticas de los cuatro grupos de la asignatura mediante el trabajo colaborativo de los cuatro profesores.
- d) Potenciar el uso de Campus Virtual y todas las herramientas que favorezcan la comunicación con los estudiantes.
- e) Establecer niveles de comprensión suficiente de los contenidos de una asignatura anual y adaptarlos a un semestre.
- f) Tener presente en la planificación docente que estos conocimientos han de servir para la comprensión de las asignaturas que se impartirán en cuarto curso del grado.
- g) Superar la dificultad añadida del desdoblamiento en las horas prácticas dada la gran cantidad de estudiantes matriculados que en primero de grado de Periodismo asciende a 85 alumnos por grupo.

### **2.2. Propuesta de mejora del modelo educativo a través de la innovación docente.**

El Plan Bolonia supone un reto y, a la vez una oportunidad, de poder desarrollar nuevas estrategias metodológicas, actualizar contenidos con un prisma mucho más práctico e introducir nuevos sistemas de evaluación y recursos docentes [4]

Este Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente (PIMCD) para lograr una financiación específica, tenía que adecuarse a una serie de requisitos –además de la originalidad e interés del proyecto- como la acreditada experiencia y especialización del grupo de trabajo en materia de innovación y aplicación de las TIC en su metodología, la aplicación del proyecto a otras asignaturas o titulaciones, la contribución a la formación continua del profesorado y el

*benchmarking* de buenas prácticas docentes, un elevado número potencial de estudiantes beneficiarios y el grado de interdisciplinariedad.

Las exigencias del EEES también aconsejan metodologías docentes activas que generen una amplia participación estudiantil [5] El proyecto presentado se fundamentaba en diseños eficaces, atractivos, con esquemas de aprendizaje autónomos y desarrollos tutoriales tanto virtuales como presenciales que favoreciesen nuevas líneas evaluativas. Se planteó la asignatura “Teoría de la Empresa Informativa” para alcanzar los conocimientos y competencias necesarias y que los estudiantes del grado de Periodismo pudieran obtener:

1.-La preparación adecuada para facilitar su incorporación profesional en las empresas informativas y de comunicación. La asignatura debe contribuir al desarrollo del alumno para los diferentes perfiles profesionales señalados por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación en su Libro Blanco: redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte; redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional; investigador/a, docente y consultor/a de comunicación; y gestor/a de portales y editor/a de contenidos.

2.-La adquisición de las capacidades necesarias para que en un futuro les permita asumir funciones directivas en las empresas informativas y de comunicación.

3.-El conocimiento del funcionamiento empresarial, la estructura del mercado de la comunicación, y los fundamentos básicos de la función económica y financiera de las empresas de este sector, con el objetivo de mejorar su capacidad de análisis, interpretación y producción de la información económica sobre la actualidad empresarial.

4.- Conocer y entender el marco social y profesional en el que se desarrolla esta disciplina para una mejor adaptación a los continuos cambios en las estructuras dinámicas de las organizaciones empresariales e implantación de nuevas tecnologías del sector.

Para lograr una mayor implicación y participación activa de los alumnos y fomentar un aprendizaje crítico, el Departamento de Periodismo IV planteó un nuevo modelo en el que se ponían en marcha una serie de acciones docentes que conllevaban la innovación en la enseñanza de esta asignatura: lo que implicaba la combinación de clases magistrales, talleres, seminarios, prácticas y tutorías; con diversos métodos expositivos: estudios de caso, trabajos en grupo, exposiciones. La propuesta planteaba desde su planteamiento inicial utilizar todos los canales posibles de comunicación con el alumno y profundizar en la utilización de las TIC y soportes como el campus virtual que favorezcan el e-learning.

Sin duda, este nuevo modelo educativo exige una enseñanza más personalizada, en la que los alumnos puedan desarrollar y adaptar, con el apoyo de los docentes, muchos materiales y actividades. A la vez que se potencia la capacidad de trabajo en equipo y la creatividad, mediante el impulso de grupos para la resolución de supuestos prácticos que contribuyen a la adquisición y aplicación de los conocimientos aprendidos [6]

Con todo ello, se quiere lograr que la asignatura “Teoría de la Empresa Informativa” contribuya de forma decisiva a mejorar el empleo de los universitarios y su adaptación a las exigencias de las organizaciones [7]

Así, el proyecto de innovación docente se articuló a través de dos ejes centrales:

1.- El estudio y resolución de una serie de casos prácticos que permitan desarrollar una mayor y mejor adaptación de los contenidos que desarrollan las teorías específicas en el área de la producción y distribución de los medios de comunicación en la sociedad actual, y la gestión de recursos por parte de las empresas de comunicación.

2.- La realización de diferentes talleres y prácticas tuteladas por el profesor, que tienen como objetivo la producción por parte de los estudiantes de diferentes materiales audiovisuales, que les acerquen a la realidad de las empresas informativas (Prensa, Radio, Televisión e Internet) en nuestros días.

Estas actividades permitirían la realización de dos recursos a incorporar como materiales de estudio y trabajo de la asignatura:

- a) La producción en equipo y la posterior difusión de un *podcast* semanal de treinta minutos que se convierte en un valioso recurso docente al incluir materiales de análisis y debate sobre la empresa informativa.
- b) Producción de un recurso audiovisual con una serie de entrevistas con diferentes responsables de área de las empresas informativas en las que se abordan algunos de los temas principales incluidos en la guía docente de la asignatura.

Con esta actividad se perseguía:

- Pro-actividad y el autoaprendizaje por parte de los estudiantes.
- Desarrollo de la creatividad con la adaptación al lenguaje radiofónico de contenidos relacionados con la asignatura.
- Conocimiento de los procesos de producción radiofónica.
- Conocimiento de los procesos de producción audiovisual.
- Experiencia de trabajo en equipo con unos resultados evaluables [8]
- Utilización de nuevas tecnologías de información y comunicación.
- Participación activa de los estudiantes en la orientación de los contenidos de las diferentes unidades temáticas.
- El estudiante difunde su programa de radio a través de la Red y la emisora de radio de la Facultad.

### **2.3 Metodología aplicada en la experiencia docente de la Teoría de la Empresa Informativa**

La asignatura “Teoría de la Empresa Informativa” cuenta con dos clases presenciales a la semana. La primera se dedica a la clase magistral y el Proyecto de Innovación aquí presentado se desarrolla en la segunda sesión. Buena parte de la materia de la asignatura se articulaba a través de la realización de diferentes actividades de aprendizaje activo por parte de los estudiantes. Cada alumno debía completar a lo largo del semestre cuatro actividades prácticas evaluables.

Una de ellas consistía en la realización del *podcast* de la asignatura y la producción de las entrevistas a profesionales de empresas de comunicación. Para esta actividad se constituyeron equipos de 8 a 10 alumnos, lo que equivale a un total de 8-10 equipos por grupo, que realizaron un *podcast* en el semestre sobre la actualidad de las empresas informativas y de comunicación, además de trabajar temas del programa de la asignatura para profundizar en la materia objeto de estudio. Es un ejemplo que fomenta el trabajo en equipo como método. Para realizar estos *podcast* se ha contado con el apoyo de Inforadio –emisora y estudios de radio de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM- que aporta las instalaciones (tres estudios) y el apoyo técnico. El promedio de tiempo dedicado a la producción fue de doce horas a la semana por estudio y grupo para la realización de estos *podcast* específicos de la asignatura. Cada *podcast* realizado se difundió a través de la Red –mediante el Campus Virtual y/o el Blog del programa-. Para facilitar las labores de búsqueda y edición de la información, se ha contado con las aulas informáticas de la Facultad. La realización de entrevistas y edición de contenidos se realizaba con los equipos de los propios estudiantes.

Cada equipo de trabajo debía realizar un mínimo de dos entrevistas a profesionales de empresas informativas, que pasaban a constituir el núcleo del estudio de casos que permiten conectar los contenidos teóricos con la realidad empresarial que se quiere transmitir a los estudiantes.

Cada equipo contaba con unos 20 días para documentarse, redactar y producir el contenido de su programa. En ese periodo se incluían tres sesiones prácticas presenciales de dos horas en las que el profesor estaba disponible para resolver cualquier duda. Los estudiantes también tenían posibilidad de recurrir a tutorías presenciales o virtuales. El resto de actividades necesarias se completaron en horas no presenciales. En el Campus Virtual se habilitó un foro, para agilizar la comunicación y coordinación de cada equipo, en el que se permitía establecer la comunicación entre sus integrantes y con el profesor. Cada grupo de trabajo tenía asignadas 4 horas de estudio para la grabación del podcast, que se correspondían con las previstas para la sesión presencial de carácter práctico y así no interferir en las actividades programadas en las otras asignaturas. En la primera semana de clase del semestre se explicaba la metodología, los objetivos de la práctica y se establecían los grupos de trabajo. El primer podcast se difundió, en ambos semestres, en la tercera semana de clases del periodo.

La estructura del programa radiofónico, sobre el que gira este proyecto de innovación docente, se mantuvo para todos los grupos de la asignatura y para todos los equipos de trabajo. Cuenta con unas sintonías y unos indicativos que lo hacen identificable para los oyentes, estructurado en cinco bloques optativos a elegir tres:

- Noticias de actualidad del mundo de las empresas de comunicación;
- La entrevista de la semana, con algún profesional de los medios y las empresas informativas;
- A fondo: análisis en profundidad de un tema o concepto relacionado con los contenidos programáticos de la asignatura siempre con un enfoque divulgativo;
- Una agenda con información sobre novedades bibliográficas, congresos, jornadas, etc. relacionados directa o indirectamente con la disciplina de la empresa informativa;
- Por último, en algunos programas los estudiantes mantienen un espacio de debate y tertulia sobre algún asunto de actualidad de los medios.

Respecto a las entrevistas que los estudiantes realizaron a los profesionales del sector en la gestión de las empresas informativas y de comunicación, los profesores planificaban con cada equipo cuestiones a realizar que permitiesen ilustrar algunos de los temas vistos en las diferentes unidades didácticas. El audio de estas entrevistas se utilizaba en los programas de radio, pero también fueron grabadas y editadas en video para ser mostradas en clase y quedar a disposición de los alumnos de la asignatura en el campus virtual o en el blog de la asignatura.

En todo momento, los estudiantes, además de generar los contenidos audiovisuales relacionados con la temática de la asignatura, debían generar un debate, en el aula y también a través de otras herramientas como el Campus Virtual o el Blog de la asignatura, con el fin de potenciar el espíritu crítico ante los diferentes temas abordados.

#### **2.4 Procedimiento de evaluación de las actividades**

Este planteamiento requería sin duda un sistema de evaluación continua que permitiese determinar si los alumnos lograban los conocimientos y habilidades necesarios para adquirir las competencias planteadas. Sin embargo, a pesar de que en el nuevo EEES los grupos no podrían superar los cuarenta alumnos por grupo, la realidad es que en ambos semestres rondaron los 85, por lo que se requirió establecer un proceso por el que a los estudiantes se les facilitase una matriz de evaluación en la que pudiesen consultar los ítems evaluables y el nivel de calidad exigida para cada uno de ellos, de tal forma que en todo momento tuviesen una orientación clara de lo que se esperaba con cada actividad. Por ejemplo, en el caso del programa de radio mencionado, además del podcast, se ha tenido en cuenta el proceso integral de producción, el funcionamiento del equipo, el interés manifestado en las diferentes sesiones, el aprovechamiento de las clases prácticas, la utilización de tutorías y la participación en el foro del campus virtual.



La planificación docente se estructuró en dos grupos de créditos: un primer grupo con el 40% de los créditos ECTS dedicado a las clases magistrales, y el otro grupo del 60% de los créditos se distribuye en clases prácticas (25%), trabajos de campo (10%), tutorías (10%) y trabajo autónomo (15%). El sistema de evaluación aplicado también pretendía mantener esa proporcionalidad:

La actividad docente que hemos descrito en esta comunicación suponía un 35% del total de la calificación destinada a actividades prácticas. El resto de actividades planificadas estaban relacionadas con los distintos módulos de la guía docente de la asignatura. Además de la realización del podcast y las entrevistas a profesionales de la empresa informativa, los alumnos debían plantear en equipo, como parte del estudio de caso, un proyecto de creación de empresa informativa a partir de una idea de negocio que ellos mismos debían proponer. También tuvieron que resolver diferentes ejercicios de análisis financiero a través de documentación real de empresas de comunicación y comentar diferentes artículos y noticias relacionados con los mercados de la comunicación que completaban la actividad práctica de otras unidades didácticas.

### 3.- Conclusiones y principales resultados al cierre del primer curso académico de experiencia

Desde su origen nos planteamos que la utilidad práctica de este proyecto de innovación docente debía servir para:

1. Facilitar el desarrollo docente a los profesores que van a impartir la asignatura mediante la adaptación de los contenidos a un semestre.
2. Crear herramientas suficientes para su posterior aplicación en las asignaturas de cuarto curso de grado de Periodismo.
3. Establecer vínculos prácticos con las empresas para la colaboración de prácticas que los docentes puedan aprovechar en el desarrollo de su labor docente e investigadora.
4. Hacer posible la realización de prácticas en colaboración con otras asignaturas de comunicación audiovisual, radio y televisión principalmente.
5. Fijar los conceptos básicos de la asignatura Teoría de la Empresa Informativa, en primero de grado de Periodismo, con el objetivo de establecer saberes y desarrollar competencias fundamentales para abordar la asignatura de la misma área y que los estudiantes encontrarán en cuarto curso de grado de Periodismo, Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas.
6. Sentar las bases para desarrollar una transversalidad real con las asignaturas específicas para la formación periodística.

A punto de finalizar el curso académico y con motivo de la preparación de esta comunicación el equipo compuesto por los cuatro profesores de la asignatura nos hemos reunido con la intención de realizar una primera evaluación conjunta de la experiencia. Los elementos más destacables tras este análisis conjunto los podemos resumir en los siguientes puntos:

- Se han grabado un total de 68 *podcast* con una duración que oscila entre los 15 y los 30 minutos. Por tanto los alumnos han producido más de 1.300 minutos –casi 22 horas– de contenidos radiofónicos sobre la asignatura, material que han tenido a su disposición para complementar su preparación.

- Se han realizado 136 entrevistas a diferentes profesionales de las empresas informativas: directivos, periodistas, locutores, fotógrafos, realizadores, productores, corresponsales, comerciales, consultores, redactores, diseñadores, etc. Entrevistas, editadas en audio y video, que los alumnos han podido visualizar y comentar, y a través de las cuales han podido conocer las diferentes funciones profesionales necesarias para la actividad de las empresas informativas.
- Las actividades prácticas programadas han propiciado un aumento exponencial de los comentarios y han avivado el debate interno a partir de los temas y contenidos propuestos en el aula. Generar mayor comunicación en el aula es uno de los efectos más positivos que se han obtenido con esta propuesta de innovación docente.
- El reto de la producción del *podcast* y la consecución de entrevistas periodísticas ha permitido generar dinámicas de trabajo en equipo y han facilitado el desarrollo de algunas competencias y habilidades básicas planteadas como objetivos de la asignatura.
- La integración del Campus Virtual (plataforma Moodle) en la actividad docente, concebido como una prolongación del aula, ha permitido que la experiencia resultase mucho más dinámica y ha servido para que los alumnos y los profesores pudiesen mejorar su experiencia de aprendizaje activo.
- El interés expresado en el aula por los contenidos y las materias incluidas en la guía docente de la asignatura ha aumentado de forma muy considerable como claro efecto del planteamiento práctico y las nuevas metodologías aplicadas.
- Al tratarse del primer año de esta nueva asignatura no es posible comparar datos de evaluación con cursos anteriores, pero los cuatro profesores han apreciado como sus evaluaciones docentes (incluidas en el programa Docencia) han mejorado sensiblemente respecto a las evaluaciones de las otras asignaturas que imparten. Los alumnos aprecian como positiva la experiencia de un aprendizaje que busca la consecución de unos objetivos competenciales. La experiencia se califica como muy positiva por parte de los estudiantes pero también mejora la percepción que los profesores tienen del nivel de autosatisfacción por el trabajo docente realizado.

Como valoraciones negativas de la experiencia podríamos apuntar:

- La gran cantidad de horas de dedicación que implica a los profesores y el mayor esfuerzo que requiere mantener un ritmo de trabajo continuado del grupo. Esa alta exigencia provoca que se puedan producir desequilibrios en la dedicación a otras asignaturas y obligaciones docentes.
- Todos los profesores se han encontrado con dificultades al trabajar con grupos de alumnos que tienen un tamaño excesivo para el planteamiento metodológico propuesto. La falta de personal de apoyo para las actividades prácticas genera problemas que repercuten en la calidad de algunas de las sesiones.
- Las limitaciones de espacio de una Facultad como la de Ciencias de Información de la Universidad Complutense de Madrid también repercuten negativamente en este tipo de experiencias docentes. Es complicado desdoblar grupos en diferentes espacios lo que afecta a algunas de las actividades programadas.

Desde una perspectiva de cambio de paradigma educativo con la que el Departamento de Periodismo IV se plantea la adaptación de los estudios de Periodismo al Espacio Europeo de Educación Superior, esta experiencia docente supone un punto de partida que se pretende repetir en el próximo curso académico e incorporará una segunda fase, actualmente en estudio, que también forma parte del proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente que acabamos de describir. La propuesta requiere profundizar en el desarrollo de competencias profesionales estratégicas, desde la perspectiva de la Empresa Informativa, en la formación de los futuros periodistas. Las metodologías utilizadas se seguirán basando en la participación activa de los alumnos en su propio aprendizaje, la coordinación docente entre los diferentes profesores responsables de las materias y la utilización del mayor número de herramientas de comunicación 2.0 que se consideren adecuadas a los objetivos propuestos.

## **Bibliografía y referencias**

- [1] Esta comunicación es consecuencia de la investigación que se está realizando a partir del *Proyecto número 247 de Innovación y Mejora de la Calidad Docente* de la Universidad Complutense de Madrid, en el Departamento de Periodismo IV de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM.
- [2] López Jiménez, I.E. y Villafañe Rodríguez, C. La Integración de las TIC al currículo: propuesta práctica, en: *Razón y Palabra*, 74, México, 2010.
- [3] Real, E., Los estudios de Periodismo y el EEES ¿Avance o retroceso?, en: *ICONO 14*, 14, Madrid, 2009.
- [4] Peinado, F. y Fernández Sande, M., “How and why we comunicate the European Higher Education Area”, en: Sierra Sánchez (coordinador) “Preparing for the future: Studies in Communication Sciences in the EHEA”, Editorial Fragua, 2010.
- [5] Ortiz Sobrino, M. A. La reconversión de la formación en Comunicación desde el Espacio Europeo de Educación Superior, en: *ICONO 14*, 14, Madrid, 2009.
- [6] Farias, P.; Gómez, M.; Paniagua, F.J. “Panorama de los Estudios de Periodismo en España ante el Espacio Europeo de Educación Superior”, en: Sierra Sánchez (coordinador) “Los estudios de Ciencias de la Comunicación en el EEES”, Editorial Fragua, 2010.
- [7] Farias Batlle, P. –Director- “Informe Anual de la Profesión Periodística 2010”, APM, Madrid, 2010.
- [8] Jiménez, S y Moncholi, M. A, La adecuación de la docencia de la radio y la televisión a los postgrados de Bolonia, en: *ICONO 14*, 14, Madrid, 2009.