

HACIA UN APRENDIZAJE ACTIVO DE LA EMPRESA INFORMATIVA EN EL EEES. APLICACIÓN DEL PODCASTING Y OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN 2.0.¹

Fernando Peinado Miguel²; Manuel Fernández Sande³; Miguel Ángel Ortiz Sobrino⁴; Dolores Rodríguez Barba⁵

Resumen

Ante el cambio estructural que supone la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior -Plan Bolonia- de los estudios universitarios en España, se hace patente la necesidad de innovar los modelos educativos que deberán aplicarse, a partir de ahora, a las nuevas materias de las enseñanzas de Grado.

En este sentido, conviene poner en práctica nuevos procedimientos de aprendizaje que permitan dinamizar el entorno y las herramientas de adquisición de saber y competencias por parte de los alumnos. Se trata de una transformación difícil para la comunidad universitaria que afectará tanto a la gestión, como a la aplicación de la docencia y su seguimiento.

El curso 2010/2011 ha sido el año de adecuación de los estudios de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid al Nuevo Espacio Europeo de Educación Superior. En este nuevo escenario se ha puesto en práctica 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, dirigido a los alumnos del primer curso de Periodismo. El objetivo del proyecto es favorecer la adquisición y desarrollo de competencias capaces de fomentar y facilitar la participación activa de los alumnos en la construcción del conocimiento teórico-práctico de la asignatura "Teoría de la Empresa Informativa", y de los procedimientos para la evaluación de ese conocimiento.

A lo largo de esta contribución, se describe la estructura y orientación de este proyecto de innovación docente para el estudio de la empresa informativa.

Palabras clave

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

Abstract

Adaptation to the European Higher Education Area, Bologna-university studies in Spain is a very important structural change that exposes very clearly the need for innovative educational models to be applied from now on, new subjects of the teachings of Grade. It is desirable to implement new procedures to enable more dynamic learning environment and tools for acquiring knowledge and skills by students. It is a difficult transformation for the university community that will affect both the management as to implementation of teaching and monitoring.

The 2010/2011 academic year is the year the adequacy of studies in the Faculty of Information Sciences at the Universidad Complutense of Madrid in the New European Higher Education Area. In this new scenario has implemented a project of educational innovation and improvement of teaching, number 247, funded by the Department for Development and Quality of Teaching at the Universidad Complutense de Madrid,

aimed at students in first year degree in Journalism. The project aims to facilitate the acquisition and development of skills that can foster and facilitate students' active participation in the construction of theoretical and practical knowledge of the subject "Theory of Enterprise Information" and procedures for evaluating that knowledge.

Throughout this contribution, we describe the structure and orientation of this teaching innovation project for the study of the mass media

Keywords

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

1. Ubicación de la materia objeto del estudio

La Empresa Informativa es un conocimiento científico de carácter específico 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 saberes 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 la aplicación de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) pueden transformar decisiones empresariales que afectan a la ciudadanía en su capacidad de elección y opinión en libertad. Las TIC incluyen “un conjunto de innovaciones tecnológicas pero, también, las herramientas que permiten una redefinición del funcionamiento de la sociedad” (López y Villafañe, 2010-11:14). En este sentido, no conviene olvidar 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 –la Empresa informativa, las TIC y la Sociedad de la Información- 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 aporta 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, le proporciona alternativas -como el autoempleo y otras salidas profesionales- que le permiten aprovechar las nuevas oportunidades laborales.

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, las asignaturas básicas que se imparten en la licenciatura actual de Periodismo, integradas en el segundo ciclo, son: “Empresa Informativa: Organización y Gestión”, en cuarto curso, y “Teoría y Práctica de la Dirección de Medios”, en quinto. Además, se complementa la formación fundamental con la oferta de diferentes asignaturas optativas

sobre “Concentración Empresarial”; “Agencias de Información”; “Empresas Informativas de Medios Impresos”; “Empresa Informativa de Radio y Televisión”; y la “Empresa Informativa y su Relación con los Sistemas Políticos”. En el nuevo Plan de Estudios del Grado de Periodismo, esta materia se estructura sobre las bases que se comentan en el siguiente epígrafe.

2.- La Empresa Informativa ante el nuevo Espacio Europeo de Educación.

Con la implantación, en este próximo curso académico 2010-2011, del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (Peinado y Fernández, 2010: 279) y el inicio de la nueva titulación de Grado en Periodismo, se ha tenido que reestructurar toda la programación docente de estas materias. Se han fragmentado las asignaturas en semestrales y se han adaptado todas ellas a las nuevas orientaciones del EEES, transformándose en dos obligatorias: una en primer curso, “Teoría de la Empresa Informativa”, y otra en cuarto, “Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas”. Además, hay dos asignaturas optativas, una en primer curso, “La Empresa Informativa y su Relación con los Sistemas Políticos”, y la segunda, en cuarto, “Principios de Financiación y Gestión de los Contenidos Informativos”, todas ellas pertenecientes al Grado de Periodismo, con 6 créditos ECTS.

Estos cambios han motivado que la dirección del Departamento de Periodismo IV de la UCM haya encargado a un grupo de cuatro profesores afrontar la asignatura obligatoria de primer curso de Grado, “Teoría de la Empresa Informativa”, con los objetivos siguientes:

- 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 (Real, 2009:10).
- 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 de unos grupos muy numerosos que, en el primer curso del Grado de Periodismo, oscilarían entre los 83 y 85 alumnos por grupo.

3. Cambio de paradigma del modelo educativo

Desde el primer momento se planteó la adaptación de los estudios de Periodismo al Espacio Europeo de Educación Superior como una oportunidad de transformar la materia y de desarrollar nuevas estrategias metodológicas, desde una perspectiva de cambio de paradigma del modelo educativo (Ortiz, 2009:44). La visión que se persigue pasa por favorecer un proceso de aprendizaje mucho más activo por parte de los estudiantes en el que es imprescindible una evolución del propio rol del profesorado. Con ese reto se ha procedido a desarrollar unos contenidos docentes más prácticos, actualizados y coordinados. Así se inicia un proceso de innovación que debería conducir a la introducción en la asignatura de nuevos métodos, de otros sistemas de evaluación y de nuevos recursos docentes.

Todo proyecto de innovación y mejora de la calidad docente (PIMCD), además de original, debe cumplir con una serie de requisitos para su financiación como son:

- la experiencia y formación del grupo de trabajo en materia de innovación educativa y de desarrollo de los recursos de las TIC en la enseñanza;
- El interés del proyecto para la mejora del proceso de docencia-aprendizaje;
- La contribución del proyecto a la formación continua del profesorado y al establecimiento y difusión de buenas prácticas docentes;
- el progreso y la sostenibilidad de la implantación de los proyectos;
- la amplitud del ámbito de aplicación del proyecto;
- el alto número de estudiantes reales que pueden beneficiarse del proyecto;
- el alto grado de aplicación de los resultados a otras asignaturas o titulaciones, y

- el grado de interdisciplinariedad.

Y por supuesto, otro objetivo debe ser la mejora del proceso de enseñanza/aprendizaje, mediante metodologías docentes activas que generen una amplia participación estudiantil. Un proyecto que se fundamente en diseños eficaces, atractivos, con esquemas de aprendizaje autónomos y desarrollos tutoriales -tanto virtuales como presenciales- que favorezcan nuevas líneas evaluativas. Todo ello, con el objetivo básico de facilitar una mejor y más rápida implantación del Plan Bolonia a los programas de Grado en Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información, tal y como demandan los sistemas educativos de competencias globales y que se afianzan en el trabajo de grupo y la formación práctica (Farias, 2010)

Se propone, a partir de la asignatura “Teoría de la Empresa Informativa”, el reconocimiento que el área de estudio otorga para alcanzar los conocimientos y competencias necesarias que los estudiantes del Grado de Periodismo puedan obtener. Estos son:

- 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.

Desde el Departamento de Periodismo IV se pondrán en marcha una serie de acciones docentes que conlleven la innovación en la enseñanza de esta asignatura. Se busca situar al alumno en el punto central de la estrategia educativa con un papel activo en el que el profesor debe contribuir a fomentar un verdadero aprendizaje crítico. Para lograrlo se hace imprescindible combinar diferentes modalidades de enseñanza: clases magistrales, talleres, seminarios, prácticas y tutorías, así como diversos métodos expositivos: estudios de caso, trabajos en grupo, exposiciones... De forma complementaria, se utilizarán todos los canales posibles de comunicación con el alumno y se profundizará en la utilización de las TIC y soportes como el campus virtual que favorezcan el e-learning.

Se requiere implementar un modelo activo de aprendizaje de la realidad de las empresas informativas que implica un importante esfuerzo en el desarrollo de nuevos materiales y recursos docentes. La estrategia no funcionará si no se consigue una enseñanza mucho más personalizada, en la que los alumnos desarrollen por sí mismos, con el apoyo necesario de sus profesores, muchos de esos materiales y actividades.

Entre las habilidades competitivas prioritarias para las empresas, según coinciden diferentes estudios realizados en los últimos años, destacan la capacidad de trabajar en equipo y la creatividad. Mediante la realización de determinados materiales docentes y de la resolución de diferentes supuestos prácticos convenientemente planificados en la guía docente, se persigue la adquisición de los conocimientos requeridos, con el desarrollo de algunas competencias transversales que resultan determinantes para el futuro profesional de los estudiantes.

Por su naturaleza científica, se constata el valor estratégico que la asignatura “Teoría de la Empresa Informativa” adquiere dentro del plan de estudios del Grado de Periodismo, y su gran potencial en el esfuerzo de avanzar en uno de los principales retos de la filosofía del EEES: aproximar los estudios universitarios al ámbito empresarial.

4. Un proyecto articulado a partir de dos ejes

Este proyecto de innovación docente constituye un elemento esencial en la aplicación del nuevo modelo docente de la asignatura y propone un avance científico para la obtención de mejoras sustanciales en los procesos de aprendizaje de la materia objeto de estudio.

Se articula 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 permitirán la realización de dos recursos que se incorporarán a los materiales de estudio y trabajo de la asignatura:

a) La producción en equipo y la posterior difusión de un *podcast* semanal de cuarenta minutos que será un valioso recurso docente que incluya 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 aborden algunos de los temas principales incluidos en la guía docente de la asignatura.

Con esta actividad se persiguen los siguientes objetivos:

- La pro-actividad y el autoaprendizaje por parte de los estudiantes
- El desarrollo de la creatividad con la adaptación al lenguaje radiofónico de contenidos relacionados con la asignatura.
- El Conocimiento de los procesos de producción radiofónica.
- El Conocimiento de los procesos de producción audiovisual.
- Adquirir experiencia de trabajo en equipo con unos resultados evaluables que propicia el Espacio Europeo de Educación Superior (Jiménez y Moncholi, 2009:144).
- 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.

5. Metodología y Plan de trabajo

Con la idea que ya Descartes nos traslada en su “Discurso del Método” de compartir y utilizar una metodología en común, se pretende aplicar técnicas que ayuden a tanto a los docentes como a los alumnos, participes ambos grupos de este proyecto. Las actividades están dirigidas a los cuatro grupos de la asignatura “Teoría de la Empresa Informativa” que se imparte en 1º del Grado de Periodismo. Cada grupo tiene entre 83 y 85 alumnos matriculados. Colaboran en este proyecto los cuatro profesores responsables de la asignatura, que imparten dos grupos cada uno, uno en cada semestre.

La planificación docente se contempla 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%). Las actividades propuestas se incluyen en este 2º grupo. La asignatura cuenta con dos sesiones presenciales a la semana: una se reserva para las clases magistrales y otra para el resto de actividades planificadas, con desdoblamiento del grupo de alumnos y diferentes equipos de trabajo.

Los estudiantes han de completar a lo largo del semestre cuatro (4) actividades prácticas. Una de ellas consiste en la realización del *Podcast* de la asignatura y la producción de las entrevistas a profesionales de empresas de comunicación. Para esta actividad se constituyen equipos de 8 a 10 alumnos, lo que equivale a un total de 44 equipos ($11 \times 4 = 44$) como mínimo, que realizan 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 ello se cuenta con la colaboración de Inforadio, la emisora de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, en la que se facilita apoyo técnico por parte de los responsables de la emisora para atender las demandas de los estudiantes. En cuanto a la utilización de sus instalaciones, hemos de destacar el uso de tres de los cinco estudios de radio que dispone la emisora de radio de la Facultad: los otros dos son el de continuidad y el utilizado para producción de programas de la emisora. El promedio de tiempo dedicado a la producción es de doce horas a la semana, por estudio y grupo, para

la realización de estos podcast específicos de la asignatura. En principio, se facilita un locutor para la conducción del programa resumen con las secciones más interesantes de los podcasts realizados. Este programa se difundirá a través de la Red –mediante iTunes y el Blog del programa- y también se incluirá en la parrilla de programación de la emisión de Inforadio UCM.

Las aulas informáticas de la Facultad se utilizarán en las horas estipuladas para clases prácticas para preparar los contenidos del podcast. En ellas, los estudiantes podrán hacer uso de sus equipos para la búsqueda y edición de la información. Además, para la realización de las entrevistas y la edición de determinados contenidos, los estudiantes tendrán que utilizar también sus propios equipos.

Paralelamente, se va construyendo un blog de la asignatura vinculado al Campus Virtual en cualquiera de sus plataformas actuales (WebCT, Moodle o Sakai) para el volcado de la producción resultante de las clases prácticas, evaluadas y depuradas por los profesores. Estas prácticas están sometidas a comentarios de los propios alumnos.

Cada equipo cuenta entre 15 y 22 días para documentarse, redactar y producir el contenido de su programa. En ese periodo se incluyen dos sesiones prácticas presenciales, de tres horas, en las que el profesor puede resolver cualquier duda. Los estudiantes también pueden recurrir a tutorías presenciales o virtuales. El resto de actividades necesarias se completan en horas no presenciales. En el Campus Virtual se abre un foro, para agilizar la comunicación y coordinación de cada equipo, en el que se puede establecer comunicación entre sus integrantes y el profesor. Cada equipo tiene asignadas 3 horas de estudio para la grabación del podcast, que se corresponden 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 explica la metodología, los objetivos de la práctica y se establecen los grupos de trabajo. El primer podcast se difunde en la tercera semana de clases de cada semestre.

6. Coordinación docente y Evaluación

La estructura del programa radiofónico (podcast) sobre el que gira este proyecto se mantiene para todos los grupos de la asignatura, y para todos los equipos de trabajo. También contempla una metodología de la evaluación que parte de una estructura flexible con unos bloques permanentes en los que tienen cabida diferentes contenidos.

Los profesores serán los coordinadores de la actividad y contarán con el apoyo de un monitor de la emisora de radio de la Facultad que se encargará de la supervisión en la fase de grabación del programa en los estudios. El programa contará con unas sintonías y unos indicativos que lo harán identificable para los oyentes. El programa se estructurará en cinco bloques optativos, de los que tres se deben respetar:

- 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 mantendrán un espacio de debate y tertulia sobre algún asunto de actualidad de los medios.

Los profesores estarán abiertos a las propuestas de temas de interés que puedan realizar los estudiantes y se encargarán de plantear cuestiones y asuntos que complementen los contenidos vistos en la materia. El programa de radio, además de suponer una experiencia práctica y profesional de gran valor, se debe convertir en un recurso docente de la asignatura que los alumnos deberán utilizar para alcanzar los objetivos marcados en la guía docente.

Este enfoque orienta a los profesores a la hora de señalar los temas para analizar en esta actividad. Respecto a las entrevistas que los estudiantes realizarán a los profesionales del sector en la gestión de las empresas informativas y de comunicación, los profesores planificarán con cada equipo las preguntas a realizar que puedan ilustrar algunos de los temas vistos en las diferentes unidades didácticas. Algunas de estas entrevistas, que serán utilizadas para los programas de radio, también se grabarán en video y se seleccionarán aquellas que resulten más interesantes para la edición de un archivo de video que se mostrará en clase y que estará a disposición de los alumnos de la asignatura.

La actividad evaluativa se convierte en un apartado propio de la innovación docente en el ámbito de la adaptación de la signatura asignatura al EEES, mediante un sistema de evaluación continua con el que se busca determinar si el estudiante ha alcanzado los conocimientos y habilidades necesarios para adquirir las competencias planteadas al inicio del semestre.

Como no se da una reducción del número de alumnos por clase, como se recomienda en el espíritu del Plan de Reforma de Educación Superior según el cual no debería ser superior a los 40 alumnos por grupo, y por razones económicas el número de alumnos matriculados se sitúan en los 83 alumnos / clase, se debe establecer un proceso por el que a los estudiantes se les facilite una matriz de evaluación en la que puedan consultar los ítems que se evalúan y el nivel de calidad exigida para cada uno de ellos, de tal forma que -en todo momento- tengan una orientación clara de lo que se espera de ellos con esta actividad.

La evaluación que realizará cada profesor no se limitará al resultado final plasmado, en este caso, en el programa de radio difundido, sino que se tendrá 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 actividad supone un 35% del total de la calificación destinada a actividades prácticas. Estas actividades se relacionan con los distintos módulos de la guía docente de la asignatura. Al finalizar el semestre, los estudiantes deberán realizar un total de cuatro prácticas.

7. Y todo esto Para Qué (a modo de conclusiones)

La utilidad práctica de este proyecto debe servir para conseguir los siguientes objetivos:

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 -que los estudiantes encontrarán en cuarto curso de Grado de Periodismo- denominada Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas.
6. Sentar las bases para desarrollar una transversalidad real con las asignaturas específicas para la formación periodística.

y

P

Referencias bibliográficas de consulta

- Aguaded-Gómez, J. I. (2009) Huellas de innovación docente en las aulas universitarias. Oleiros (A Coruña), España: Netbiblo
- Billón Currás, M. (2009) Prácticas y experiencias docentes en el marco del E.E.E.S. Madrid, España: UAM Ediciones
- Cabero Almenara, J. (2009) La docencia universitaria y las tecnologías web 2.0: Renovación e innovación en el E.E.E.S. Mairena del Aljarafe (Sevilla), España: Mergablum
- Exley, K. (2009) Enseñanza en pequeños grupos en educación superior. Madrid, España: Narcea
- Farias Batlle, P. –Director- (2010) Informe Anual de la Profesión Periodística 2010. Madrid, España: APM.
- Farias, P.; Gómez, M.; Paniagua, F.J. (2010) 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, Madrid.
- Gallego Pérez, J. I. (2010) Podcasting: nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros. Barcelona, España: UOC Press
- García Manjón, J. V. (2009) Hacia el E.E.E.S.: El reto de la adaptación de la universidad a Bolonia. Oleiros (La Coruña): Netbiblo.
- López Jiménez, I.E. y Villafañe Rodríguez, C. (2010-11) La Integración de las TIC al currículo: propuesta práctica. *Razón y Palabra*, 74.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2009) La reconversión de la formación en Comunicación desde el Espacio Europeo de Educación Superior. *ICONO 14*, 14
- Peinado, F. y Fernández Sande, M. (2010) 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, Madrid.
- Santos Pastor, M. L. (2009) La innovación docente en el EEES: experiencias de evaluación formativa y compartida en la formación inicial del profesorado. U. de Almería
- Real, E. (2009) Los estudios de Periodismo y el EEES ¿Avance o retroceso? *ICONO 14*, 14
- Jiménez, S y Moncholi, M. A. (2009) La adecuación de la docencia de la radio y la televisión a los postgrados de Bolonia. *ICONO 14*, 14

¹ Este artículo 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.

Los autores son docentes e investigadores en el citado Departamento de Periodismo IV, Empresa Informativa de la Universidad Complutense de Madrid, y coinciden en la impartición de la asignatura de 1º de grado en Periodismo “Teoría de la Empresa Informativa”. Han realizado diferentes estudios sobre las empresas informativas y de comunicación y están especializados en medios impresos, radio y televisión y agencias de información. Son coautores del estudio financiado por la AEPG *Guía de*

publicaciones gratuitas de Madrid. *Un recorrido por la prensa gratuita de la capital de España* editado por Madrid Emprende en 2009. Han desarrollado el proyecto para la Fundación FIEDES /UFV en 2010 *Perfil de entrada de los alumnos de Comunicación en la Universidad de Madrid* y participan del proyecto I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación CSO2008-05125 *Análisis crítico del sistema de medios: credibilidad e impacto en la audiencia*, cuyo IP es el Doctor Pedro Farias Batlle (UMA). Han participado también en el *Programa de Recursos Educativos en línea del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (CNICE)* enero de 2002 y el Proyecto *Diseño Metodológico y Desarrollo del Planteamiento didáctico de Media Prensa para el Proyecto Media* (2002-2005) cuyo Investigador Principal, en ambos casos, es el Doctor Juan Carlos Alfeo Álvarez.

² (peinado@ccinf.ucm.es) Profesor Titular de Universidad en la UCM, España. Imparte docencia en Ciencias de la Información en primero de grado (Teoría de la Empresa Informativa); en 2º ciclo de Licenciatura (Agencias de Información) y en el Postgrado de Periodismo. Autor en 1999 de *Públicos consumidores de televisión. Concepto, tipología y sistemas de control*, Madrid, España: IUCR; Es coautor con Fernández Sande y Rodríguez Barba del libro (2005) *La Radio y la Televisión en la Europa Digital* y con Manuel Romero, en 2010 del e-book, *Empresas de Radiodifusión en la Sociedad de la Información*, <http://eprints.ucm.es/11543/>

³ (manuel.fernandez@ccinf.ucm.es) Profesor Contratado Doctor en la UCM, España. Imparte docencia en Ciencias de la Información en primero de grado (Teoría de la Empresa Informativa); en 2º ciclo de Licenciatura (Dirección de Medios) y en el Postgrado de Periodismo. Autor en 2006 de las obra en dos volúmenes *Los orígenes de la Radio en España. Historia de Radio Ibérica (1916-1925) y Los orígenes de la Radio en España. La competencia entre Unión Radio y Radio Ibérica. (1925-1927)*, ambos editados en Madrid, España: Fragua. Es coautor con Peinado Miguel y Rodríguez Barba en 2005 del libro *La Radio y la Televisión en la Europa Digital*, y con Peinado Miguel (2010) *How and Why We Communicate the European Higher Education Area* en Sierra, J. *Preparing for the Future: Studies in Communication Sciences in the EHEA*, Madrid: Fragua.

⁴ (maortiz.@ccinf.ucm.es) Profesor Contratado Doctor en la UCM, España. Imparte docencia en Ciencias de la Información en primero de grado (Teoría de la Empresa Informativa) y en 2º ciclo de Licenciatura (Empresas de Radio y Televisión) Es el delegado responsable de Inforadio, la radio de la UCM. Coautor en 2006 de *Claves para elaborar la información en radio y televisión*; Entre los artículos publicados más recientemente, destacan en 2010 *El nuevo marco legal para la financiación de la radiotelevisión pública estatal en España* en la Revista "Comunicación y Hombre"; *La reconversión de la Formación en Comunicación desde el Espacio Europeo de la Educación Superior* en Icono 14.

⁵ (lolar@ccinf.ucm.es) Profesora Contratada Doctora en la UCM, España. Imparte docencia en Ciencias de la Información en primero de grado (Teoría de la Empresa Informativa); en 2º ciclo de Licenciatura (Organización y Gestión de la Empresa Informativa) y en el Postgrado de Periodismo. Coautora con Peinado Miguel y Fernández Sande del libro *La Radio y la Televisión en la Europa Digital* (2005). Entre sus artículos publicados más recientemente destacan *Reformulating public service missions within the digital switchover: new content and citizen uses of Digital Terrestrial Television in global society* en Derecom (nº 1-2010); *Ventajas e inconvenientes de la televisión digital terrestre ante la nueva sociedad digital global* en Icono 14 (2009).