Case study de una propuesta educativa del panorama universitario español

POR **FRANCISCO CABEZUELO-LORENZO Y JAVIER SIERRA**

Este artículo analiza la formación de los futuros periodistas de acuerdo con los planes de estudio adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Se centra en un estudio de caso español en concreto, elegido por su novedad. Se sugiere que la metodología utilizada en las aulas y talleres debe ser implementada de acuerdo con los criterios de Bolonia, con el fin de promover el desarrollo de habilidades de los estudiantes y las habilidades digitales.

Metodología, marco conceptual y contexto

Partiendo de un marco teórico y conceptual como es la formación en competencias, la investigación académica en el contexto del EEES debe aclarar el término desde el inicio para acotar el objeto de estudio.

Los responsables de las administraciones educativas y territoriales coinciden, a la hora de implantar modelos curriculares centrados en el desarrollo de competencias básicas, en la definición de lo que son las competencias: las competencias esenciales para la vida de las personas y el buen funcionamiento de la sociedad son las capacidades básicas y podrían ser definidas como la habilidad para responder a demandas complejas y llevar a cabo tareas diversas de forma adecuada. Suponen, por tanto, una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones y otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz.

Las competencias básicas son aquellas que «contribuyen a obtener resultados de alto valor personal y social, son aplicables a un amplio abanico de contextos y ámbitos relevantes,

Fundación Telefónica
Telefónica

beneficiosas para la totalidad de la población para superar con éxito las exigencias complejas independientemente del sexo, condición social, cultural y entorno familiar», tal y como destaca el informe *Definition and Selection of Competences*, del Proyecto DeSeCo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

En general, una competencia constituye un 'saber hacer' e incluye un saber, pero que se aplica en una diversidad de contextos de forma integrada, es decir, tiene un carácter integrador que abarca conocimientos, procedimientos y actitudes para resolver problemas y situaciones.

Paralelamente a la cuestión de las competencias está el sistema de créditos europeos, conocido por sus siglas en inglés, ECTS, que resumen el concepto *European Credit Transfer and Acculumulation System*. El EEES establece un nuevo sistema europeo de créditos que se configura como un nuevo sistema de valoración de las enseñanzas. Hasta ahora, el concepto de crédito en España estaba establecido en diez horas lectivas teóricas, prácticas o equivalencias como prácticas en empresas o estudios en el extranjero.

En España, antes del EEES, el sistema de créditos se regulaba por el RD 1497/1987, de 27 de noviembre, art. 2.7., por el que se establecían las directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional. Posteriormente se actualizó a través de los Reales Decretos 1267/1994, 2347/1996, 614/1997 y 779/1998.

Con la implementación del EEES, el concepto de crédito cambia. Ya no se valora solo la duración de las clases impartidas por el profesor; ahora cuenta todo el volumen de trabajo total que el estudiante debe realizar para superar la asignatura, lo que incluye las horas de clase teóricas y prácticas y el esfuerzo dedicado al estudio y a la preparación de exámenes. Este nuevo sistema de créditos ECTS está regulado por el Real Decreto 1125/2003 (BOE de 18 de septiembre), por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

En el nuevo contexto de Bolonia, el valor del crédito pasa de diez horas de clase a entre 25 y 30 horas de trabajo, de tal manera que cada estudiante realice 60 créditos ECTS a tiempo completo durante un curso académico, lo que convertirá al estudiante en el centro y principal actor del sistema universitario. La carga de trabajo del alumno en el ECTS consiste en el tiempo invertido en asistencia a clases, seminarios, estudio personal, preparación y realización de exámenes, etc. Estos créditos solo pueden obtenerse una vez que se ha completado el trabajo requerido y se ha realizado la evaluación adecuada de los resultados del aprendizaje. Lo que se valora son conjuntos de competencias, que expresan lo que el estudiante sabrá, comprenderá o será capaz de hacer tras completar un proceso de aprendizaje.

De este modo, en estos momentos en que se pone de manifiesto el cambio sustancial que supone la incorporación del crédito europeo a la docencia universitaria, es importante el estudio de la relación entre competencias y créditos ECTS. Esta importancia se basa en el hecho de que el EEES valora los créditos ECTS como reconocimiento del esfuerzo personal

Fundación Telefónica
Telefónica

del alumno. Así, su planteamiento teórico empieza a ser profusamente tratado y se impone un análisis de casos concretos que muestre las consecuencias de esta transformación docente marcada en los objetivos básicos de la Declaración de Bolonia. Con el fin de aportar datos en esta línea, esta comunicación estudia la distribución horaria que se ha hecho del nuevo sistema de créditos en los estudios de Grado de Periodismo de la Universidad San Jorge (USJ) de Zaragoza (España), para ver cuáles son las asignaturas que dotan de capacidades digitales al periodista. Se parte de un enfoque cuantitativo para inferir correlatos de índole cualitativa que han sido cotejados con la realidad más cotidiana en las aulas.

Asimismo, se plantea el crédito ECTS como eje que servirá para observar, con un prisma metonímico, el nuevo planteamiento de gestión del tiempo, planificación de recursos, ideación de metodologías, observación de competencias, fijación de objetivos, identificación de requisitos, establecimiento de contenidos, previsión de actividades, sistematización de evaluaciones y observación de bibliografía que supone la guía docente, como herramienta cotidiana derivada del planteamiento del EEES.

Este trabajo quiere aprovechar esta oportunidad para dar a conocer herramientas que se adaptan a las exigencias de los nuevos contextos de enseñanza y aprendizaje caracterizados por la integración de las nuevas tecnologías y, sobre todo, por el ineludible protagonismo de sus participantes. Las TIC abren el campo de la comunicación de modo que la estructura comunicativa tradicional se resiente y busca nuevos recursos. Internet, con sus *blogs*, *wikis*, *podcasting* en la Red, RSS, *chats*, foros, redes sociales, abre caminos insospechados hace tan solo unos años. Hoy nos encontramos una evolución imparable en el contexto tecnológico. No sabemos hacia dónde nos conduce este camino, pero está claro que el periodista debe estar al corriente de estos cambios y tiene que saber adaptarse al nuevo medio si quiere sobrevivir en él de una forma digna. Atrás quedaron la unidireccionalidad y los clásicos esquemas de emisor-receptor-mensaje.

La formación en competencias digitales de los futuros comunicadores

El nuevo periodista debe hoy adquirir nuevas competencias y habilidades en materia tecnológica para desenvolverse con soltura en el nuevo medio, ya que el presente nos brinda a los periodistas la oportunidad de recuperar la credibilidad perdida en el pasado. La profesión periodística -al igual que el mundo de la comunicación en general- vive un proceso de transición y adaptación a los nuevos tiempos marcados por la evolución tecnológica y el resurgir de las teorías de la responsabilidad social. La irrupción de las nuevas tecnologías supone un punto de inflexión en el trabajo de la mayoría de los periodistas y medios tradicionales, que hasta ahora disfrutaban de una situación más o menos cómoda y rutinaria. Internet supone una nueva herramienta de acceso y distribución masiva de información que para muchos cambia la forma de entender la actividad y profesión periodística.

En este contexto, uno de los interrogantes que se formula esta investigación es el siguiente: ¿Cómo es y debe ser un periodista digital? Son varias las propuestas que se han hecho para

BY NC ND

crear y definir el perfil y las competencias del profesional de periodismo digital. Una de las más completas es la de Quim Gil (2004), profesor y consultor de la Universitat Operta de Catalunya (UOC). De su propuesta destacan algunas características, que resumimos y agrupamos en estos cuatro puntos que hacen referencia al uso de las fuentes, a los contenidos, a la relación con los públicos y al interés y actualidad de la información o contenidos compartidos en la Red.

En primer lugar, el profesional de la comunicación digital debe ser capaz de localizar todas las fuentes que le interesen, debe procesar la información que le ofrecen, la debe contextualizar y la debe clasificar por unos criterios de prioridad. Es por tanto, un buscador de información a la manera de un detective, es un documentalista y un periodista a la vez. También debe saber discriminar entre las fuentes originales y las que utilizan información de segunda mano. Aunque dada la fuerte implantación de la Red y de Google como buscador, el comunicador debe recordar que hay fuentes fuera de Internet y buscarlas, así que tiene que encargarse de la recopilación activa de información tanto digital como no digital y su posterior digitalización e introducción a la Red, ya que debe ofrecer a su público (o red de contactos) el acceso a todas las fuentes originales que muestren públicamente sus contenidos, dándoles pie a que amplíen la información si lo desean. Además, debe saber diferenciar el valor de cada fuente y ordenar adecuadamente los enlaces que utiliza u ofrece a sus lectores y comprobar que las fuentes son en realidad quienes dicen ser.

En la búsqueda de la veracidad y, por tanto, de la información de calidad, su selección de fuentes será una garantía para su clientela y realizará consultas a las fuentes a petición de los lectores/interactores. De acuerdo con Quim Gil (2004), el periodista digital tiene que dedicar sus esfuerzos «a la identificación de fuentes, la extracción de información, el procesamiento de contenidos y su publicación». De la misma manera, también destinará una buena parte de sus energías interactuando con sus lectores. Por lo tanto, «en su economía de esfuerzos debe conseguir que los interactores que más trabajo le den sean los que más compensaciones le aporten, ya sea pagando con dinero, con información, con criterio o simplemente con satisfacción emocional».

En segundo lugar, el periodista digital trabajará contenidos especializados dirigidos de forma personalizada a individuos o colectivos (microaudiencias y nanoaudiencias). La personalización no solo afecta a los contenidos en sí, sino también a su formato digital: versiones aptas para todos los navegadores, aptas para Banda Ancha, solo texto, etc.

El periodista digital no solo tendrá que certificar sus fuentes, sino que también tendrá que certificar su propia identidad hacia su clientela. De nada sirve que un periodista digital compruebe una web si luego otra persona le suplanta ante su audiencia. El profesional digital debe buena parte de su existencia a su eficiencia ante esta nueva capacidad de la 'audiencia', inviable en el periodismo de masas. Además, debe procurar que sus lectores pasivos y desconocidos no le generen gastos, ya que de ellos no obtiene directamente ni dinero, ni información, ni criterio, ni satisfacción emocional; a menos que nos complazca el saber que hoy hemos recibido tantas visitas a nuestra web.

Para Gil (2004), el profesional digital que trabaje para un colectivo determinado de

Fundación Telefónica
Telefónica

interactores actuará como inspirador y animador de la inteligencia colectiva del grupo. Es lo que ocurre hoy con el caso de las redes sociales y los *community managers*. Su habilidad consiste no solo en tomar la iniciativa en el proceso de información, sino también en saber canalizar todo el conocimiento que se genere en el seno del grupo. En esta faceta, el buen periodista digital debe ser un buen infonomista.

Como tercer gran pensamiento, el nuevo profesional digital debe concebir su trabajo desde una perspectiva multimedia, atendiendo a elementos como el diseño de la interfaz y de la estructura de contenidos, así como la integración de textos, imágenes, sonido, bases de datos, programas, etc. En la práctica, esto conlleva un trabajo en equipo y en red mucho más integrado del que han conseguido los medios convencionales en sus redacciones y estudios, donde es habitual que profesionales muy diversos trabajen codo con codo pero en un proceso en cadena, compartimentado. Para Quim Gil, el buen periodista digital deberá sacar provecho de las estructuras hipertextuales de información para ofrecer unos contenidos personalizados, flexibles, ampliables, actualizables, interactivos. El periodista digital debe trabajar a fondo la memoria ilimitada de Internet, de nuevo inviable en los medios tradicionales, a la hora de contextualizar información, ofrecer *backgrounds*, utilizar archivos y hacer público el acceso a bases de datos en estado puro. Esta es la vertiente documentalista del periodista digital, que no solo ofrece un pez en forma de información de archivo, sino que enseña a su clientela cómo pescar en las bases de datos.

Finalmente, el periodista digital ofrecerá explícitamente contenidos relacionados con su fecha de vigencia. En principio, un buen medio digital está ofreciendo contenidos plenamente actuales. Con la información existente en la Red, los 'lectores' desean tener constancia de que la información que están consultando es vigente. 'Vigente' no implica necesariamente que sea 'reciente', según Gil. El periodista digital trabajará con formatos abiertos, en los que sea posible modificar y ampliar la información. El periodista digital debe de ser capaz de trabajar con este tipo de informaciones abiertas.

Es tarea del periodista digital organizar esta convergencia de información, opinión, *feedback*, interpretación, contextualización y valoración transversal. Para trabajar eficientemente sobre todas estas fuentes de información es necesario de nuevo disponer de algún sistema de base de datos, puesto que las capacidades del trabajo artesano tienen un límite, por lo que debe diseñar la información en base a diversas capas o estratos.

Análisis del caso: valoración, análisis y revisión de la formación de competencias del periodista digital en el caso de la Universidad San Jorge

A través de este estudio del caso se quiere buscar una de las múltiples respuestas a la siguiente pregunta de investigación lanzada al inicio: ¿Cómo se forman los futuros profesionales de la comunicación digital en nuestro país? ¿Están preparados los actuales planes de estudio para dotar de estas competencias a los periodistas digitales del mañana? El estudio de las competencias ayuda a dar respuesta a estos interrogantes. Para ello, se ha elegido el caso de uno de los planes de estudios de una de las universidades más jóvenes de España: se trata de la propuesta formativa en Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge (USJ) de Zaragoza.

Fundación Telefónica
Telefónica

Veamos en primer lugar cuáles son las competencias sobre las que se fundamenta el proceso de enseñanza-aprendizaje en los estudios de Periodismo en la USJ, según el *Libro Blanco de las titulaciones en Ciencias de la Comunicación* propuesto por la ANECA. Podemos hablar de competencias generales de la titulación, profesionales, académicas y transversales. Para ello se han revisado todas las que existen en el catálogo de la ANECA y se han contrastado con las desarrolladas por las guías docentes de las materias del plan de estudios de la USJ. Las competencias generales de la titulación son las mismas, al completo, íntegramente, que las propuestas por las autoridades educativas.

El conjunto de capacidades propuestas en el plan de estudios de Periodismo de la Universidad San Jorge (USJ) conforme a las directrices de la ANECA, muestra claramente cómo todas las características que Quim Gil consideraba que debían definir al periodista digital están cubiertas. Pero ¿cómo se hace para que el alumno adquiera esas capacidades? La propuesta metodológica se basa en un aprendizaje que envuelve al alumno en la dinámica de trabajo gracias a las prácticas y los talleres en contacto con sus compañeros.

¿Qué metodología se usa, según las guías docentes, en el proceso de enseñanza-aprendizaje conforme al EEES? En primer lugar, hay que hablar de las clases teóricas-expositivas, que no desaparecen con Bolonia, pero que sí cambian considerablemente. Se basan en la asistencia a la lección, las lecturas obligatorias, el estudio individual y la preparación de tareas encomendadas al alumno. Por otro lado, están las clases prácticas, casi todas ellas desarrolladas en forma de talleres con debates, exposiciones de trabajos en clase, resolución de prácticas, utilización de *software* específico para la materia, simulaciones y *role-plays*.

Paralelamente, hay que recordar que la formación de los periodistas en la USJ está estrechamente ligada al uso de las ordenadores portátiles estilo *tablet PC*, puesto que desde el primer día de matrícula todos los alumnos cuentan con una de estas *tablets*. Además, en todo el campus existe la posibilidad de conectarse a Internet vía *wi-fi*. Igualmente, todas las materias cuentan con su versión digital o virtual a través de la Plataforma Docente Universitaria (PDU) de Moodle, que es el acrónimo de *Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment* (Entorno Modular de Aprendizaje Dinámico Orientado a Objetos).

A esto hay que añadir el aprendizaje basado en resolución de ejercicios y problemas y el aprendizaje cooperativo (trabajos en grupo, puestas en común, estudios de casos en grupo y su posterior debate).

Esta formación se complementa con acciones de aprendizaje orientado al desarrollo de proyectos reales y prácticos, tutorías, investigación, la elaboración de un portafolio por parte del alumno y prácticas en empresas.

De este modo se puede afirmar que el reparto de horas en la adquisición de competencias en la titulación de Periodismo, en lo que se refiere a sus asignaturas troncales y obligatorias, se reparte de forma que se estimula y promueve el trabajo autónomo del alumno. Si hacemos un cómputo total de las horas que dedica el alumno a estas asignaturas, comprobaremos que

Fundación Telefónica
Telefónica

más de la mitad de su tiempo (55 por ciento) lo pasa desarrollando trabajo autónomo. El resto (45 por ciento) lo pasa en el aula; de esas horas pasa el 22 por ciento en clases teóricas y el 23 por ciento en clases prácticas. El porcentaje de teoría y práctica está muy compensado y se adapta a al espíritu educativo del Plan Bolonia.

Dentro de su formación, ¿cuáles son las asignaturas que más aportan al currículum del futuro periodista digital? ¿Qué materias le ayudan más a desarrollar las competencias digitales? Para dar respuesta a esta pregunta hemos realizado una revisión de todas las guías docentes de cada una de las materias que se imparten en la titulación de Periodismo.
Hemos analizado las competencias que figuraban en cada una de las asignaturas, otorgando puntuaciones a cada una de las materias variando si tenían contempladas competencias que tuviesen relación con el periodismo digital. De este modo, otorgamos un valor de cero a las que menos capacidades digitales aportan, cinco a las que aportan un valor básico-medio y diez a las que más aportan.

El resultado sería el siguiente en el caso de las materias troncales y obligatorias, el resultado es el que se muestra en la tabla 1:

Fundación Telefónica
Telefónica

Tabla 1. Plan de estudios de los estudios de Periodismo utilizado para este análisis de caso

Asignatura	Tipo	Puntuación en la adquisición de competencias del periodista digital
PRIMER CURSO		
Análisis del entorno social y su evolución histórica	Troncal	0
Lengua	Troncal	0
Teoría de la comunicación	Troncal	5
Comunicación escrita	Troncal	10
Relaciones internacionales	Obligatoria	0
Documentación informativa	Troncal	10
Teoría de la información	Troncal	5
Historia de España	Obligatoria	0
Literatura	Obligatoria	0
Cultura de la imagen	Obligatoria	10
SEGUNDO CURSO		
Comunicación audiovisual	Troncal	10
Sociología aplicada	Obligatoria	0
Comunicación institucional y relaciones públicas	Troncal	0
Instituciones jurídico-políticas	Obligatoria	0
Inglés	Obligatoria	5
Géneros periodísticos	Troncal	10
Teoría y técnica de la radio	Troncal	10
Historia política de España	Obligatoria	0
Introducción a la economía	Obligatoria	0
Introducción a la publicidad	Troncal	0
TERCER CURSO		
Redacción	Obligatoria	10
Historia del periodismo	Troncal	5
Empresa comunicativa	Troncal	5
Diseño Gráfico	Obligatoria	10
Periodismo electrónico	Troncal	10
Periodismo especializado I	Troncal	10
Derecho de la información	Troncal	5
Fotoperiodismo	Obligatoria	10
CUARTO CURSO		
Técnicas de investigación	Obligatoria	0
Edición	Troncal	10
Estructura de la comunicación	Troncal	5
Periodismo especializado II	Troncal	5
Ética y Deontología	Obligatoria	5
Proyecto	Troncal	5
Prácticas en empresas	Obligatoria	10

En el caso de las materias optativas entre las que el alumno puede elegir su propio itinerario y especialización resaltan algunas materias altamente recomendables para la formación del periodista digital, entre las que destacan por encima de todo Infografía, Herramientas para el Diseño Gráfico, Edición Digital en Radio y Televisión, Tecnologías de los Medios

Fundación Telefónica
Telefónica

Audiovisuales. A pesar de esta amplia oferta, sería recomendable un Taller de Periodismo Digital que de momento todavía no existe y que había sido compensado con el ahora desaparecido Taller de Actualidad, en el que hasta el curso pasado los alumnos trabajaban los contenidos del diario digital de la universidad que es *El Correo de San Jorge (*ver tabla 2).

Tabla 2. Oferta de materias optativas del plan de estudios analizado

Asignatura	Tipo	Puntuación en la adquisición de competencias del periodista digital
PRIMER CICLO		
Protocolo	Optativa	0
Historia de las religiones	Optativa	0
Antropología cultural	Optativa	0
Cooperación al desarrollo	Optativa	0
Procesos culturales	Optativa	0
Derechos humanos	Optativa	0
Derechos de autor y propiedad intelectual	Optativa	5
Infografía	Optativa	10
Literatura y medios audiovisuales	Optativa	0
Humanismo cristiano	Optativa	0
Filosofía: humanismo y trascendencia	Optativa	0
SEGUNDO CICLO		
Imagen corporativa	Optativa	0
Herramientas para el diseño gráfico	Optativa	10
Edición digital, radio y TV	Optativa	10
Información política y procesos electorales	Optativa	5
Tecnologías de los medios audiovisuales	Optativa	10
Creatividad literaria (impartida en inglés)	Optativa	0
Historia de las religiones	Optativa	0
Antropología cultural	Optativa	0
Cooperación al desarrollo	Optativa	0
Procesos culturales	Optativa	0
Derechos humanos	Optativa	0
Programación en radio y TV	Optativa	5
Información política y procesos electorales	Optativa	5
Técnicas de expresión oral	Optativa	5
Humanismo cristiano	Optativa	0
Filosofía: humanismo y trascendencia	Optativa	0

Resultados, conclusiones y propuestas

Entre las conclusiones generales, habría que destacar que este artículo resume los resultados de una investigación que corrobora que, conforme al caso analizado, los futuros profesionales de la comunicación digital cuentan en la actualidad con las herramientas para formarse conforme a los criterios y exigencias del EEES. El caso estudiado, los estudios de Periodismo de San Jorge, adaptados desde su origen a la metodología didáctica de Bolonia, son un buen

Fundación Telefónica
Telefónica

ejemplo.

Huyendo de una consideración simplista del supuesto efecto positivo sobre la adquisición de competencias que se asocia a la introducción de ciertas herramientas habitualmente consideradas parte de lo que se ha dado en llamar Web 2.0, este estudio de caso (*case study*) pretende abundar en la necesidad de una correcta sistematización a la hora de estudiar la implementación y desarrollo de nuevos planes de estudio bajo el paraguas del EEES. Al mismo tiempo, el estudio aquí presentado desea sentar unas bases para su aplicación comparativa con otras propuestas formativas.

En el caso analizado, los resultados demuestran que los estudios están estructurados para ayudar al alumno a desarrollar las capacidades necesarias de forma autónoma y guiada por el profesor para poder iniciarse en el campo del periodismo digital. A modo de conclusión, también se puede afirmar de manera general que el nuevo sistema educativo basado en Bolonia deja abiertas las puertas a un modelo basado en la educación por competencias y con nuevas propuestas metodológicas más prácticas que se convierten en una perfecta ocasión para una formación de éxito para todos aquellos jóvenes que desean cursar estudios oficiales de periodismo en España.

Respecto a resultados o conclusiones más específicas, cabe señalar en primer lugar que los actuales planes docentes y las metodologías del plan de estudios y centro analizados se adaptan a las exigencias en formación de competencias de los expertos en el mundo del periodismo y la comunicación digitales. En segundo lugar, hay que decir que la práctica demuestra que los alumnos que se forman su propio itinerario a través de la elección acertada de materias optativas con vistas a crearse un perfil de periodista digital van, durante los cuatro años de carrera, dotándose de un manejo sutil y eficiente de los motores de búsqueda de Internet. Igualmente, adquieren conocimientos de HTML y de *software* WYSIWYG, como los programas Dreamweaver, AdobeInDesign, Quark-X-Press y Photoshop. Paralelamente, casi todos ellos cuentan con una amplia experiencia como *bloggers* y conocen las normas básicas de cómo escribir en la web.

Del mismo modo, una especialización propia e individual a través de las materias optativas les capacita para utilizar vídeo y audio y poder saber editarlos correctamente.

Finalmente, un análisis y una valoración se quedarían cortos si no se lanzaran algunas propuestas que pueden ser desarrolladas bajo el paraguas del EEES. Por eso, desde este artículo se quiere animar a los profesores a incluir herramientas que ayuden a desarrollar las competencias y capacidades digitales de los futuros profesionales de la comunicación. De este modo, se propone el uso de las nuevas tecnologías como *blogs*, redes sociales, *podcastings* y *wikis* como herramientas de uso diario en las aulas (Lara, 2005).

Fieles a los principios del EEES, los estudiantes deben desarrollar por su propia iniciativa y protagonizar el proceso de aprendizaje a lo largo de la vida, pero raramente lo harán si no lo practican en su paso por las aulas universitarias en un primer momento.

Las nuevas herramientas aquí propuestas facilitan nuevas formas para trabajar de forma

Fundación Telefónica
Telefónica

cooperativa. Además, la propuesta establece canales para la comunicación bidireccional entre el instructor y el grupo y entre los miembros del grupo entre ellos. Debe romperse la falta de confianza por parte del cuerpo docente en las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en su aplicación educativa, por lo que invitamos a los profesores a dar una oportunidad a las TIC e implementar de forma experimental blogs, wikis y podcasting en su relación con los estudiantes independientemente de la materia que impartan.

Bibliografía

ANECA (2006). *Libro Blanco de las titulaciones de Ciencias de la Comunicación*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.

Cabezuelo, F. (2007). Propuestas metodológicas para el uso de nuevas tecnologías en el Espacio Europeo de Educación Superior. Congreso Internacional. *El proceso de Bolonia y la Enseñanza Superior en Europa.* Universidad Pontificia de Salamanca.

Lara, T. (2005). Blogs para educar. Usos de los blogs en una pedagogía constructivista. *Telos*, 65.

Marta Lazo, C. (2008). La competencia televisiva en el currículo escolar. *Zer*, 13(25). Leia, Bizkaia: Universidad del País Vasco.

Gil, Q. (2004). Análisis centrípeto del periodista en la web. *Telos*, 59.

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) (2006). *Definition and Selection of Competences* (*DeSeCo*) Report [en línea]. Disponible en: http://www.oecd.org

Vivar Zurita, H. (2010). Prólogo. En J. Sierra Sánchez y F. Cabezuelo Lorenzo, *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación*. Madrid: Fragua.

Dos importantes factores hacen que tengamos que hablar de cambios en la formación de los profesionales de la comunicación en el siglo XXI. Por una parte, está el desarrollo imparable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) gracias a los avances que han supuesto Internet y la telefonía móvil. Y por otra, nos encontramos en el 'viejo continente' con la implantación de un nuevo modelo educativo, el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), fruto de la convergencia europea en materia universitaria, más conocido como proceso de Bolonia.

La necesidad de renovación ante los retos tecnológicos y educativos

BY NC ND

En el actual momento de renovación, en un permanente cambio de contexto, las nuevas tecnologías abren el campo de la comunicación de tal modo que la estructura comunicativa tradicional se resiente y busca nuevos recursos y expresiones. Internet, con sus redes sociales, *blogs*, *wikis*, *podcasts*, RSS, *chats*, foros y otras herramientas, abre caminos insospechados para la comunicación.

Hoy nos encontramos una evolución imparable en el contexto tecnológico. No sabemos hacia dónde nos conduce este camino, pero está claro que el periodista debe estar al corriente de estos cambios y tiene que saber adaptarse al nuevo medio si quiere sobrevivir en él de una forma digna. Atrás quedaron la unidireccionalidad y los clásicos esquemas bidireccionales asimétricos. Ahora más que nunca estamos ante un nuevo modelo de comunicación que prima al sujeto como lectoautor (receptor y emisor de contenidos) o, como lo bautiza Carmen Marta Lazo (2008), como 'perceptor participante', que sería el nivel más destacado de actividad dentro de una escala que parte del sujeto como espectador; es decir, el sujeto, además de analizar e interpretar los discursos digitales y multimedia, también se convierte en creador de mensajes, además de receptor activo.

Junto a estos cambios en el contexto tecnológico, el reto de la formación de periodistas digitales se enfrenta también a la renovación universitaria propuesta por el Tratado de Bolonia. El EEES propone la adopción de un sistema fácilmente legible y comparable de titulaciones, mediante la implantación de títulos homologables a través del suplemento europeo al título, la adopción de un sistema basado fundamentalmente en dos nuevos grandes ciclos (grado y posgrado), el establecimiento de un sistema de créditos europeo, la promoción de la cooperación académica para asegurar un nivel de calidad para el desarrollo de criterios, el desarrollo de los programas de movilidad de alumnos y profesores y la implantación de metodologías comparables, además de una promoción de la dimensión europea en el desarrollo curricular.

Bolonia nos propone una nueva metodología de enseñanza-aprendizaje e invita a la implantación de un modelo basado en el desarrollo de competencias, cuya finalidad es dotar a los alumnos de unas competencias que les permitan seguir aprendiendo y encontrar por sí mismos los caminos del conocimiento y la resolución de problemas. Igualmente, busca proporcionar una educación técnica y dotar de una capacitación a los futuros profesionales, así como de habilidades combinables que sirvan tanto para la esfera académica como para la laboral. La educación por competencias, además de reconocer el resultado de los procesos escolares formales, también reconoce los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos fuera de las aulas. Se asume que la competencia digital debe fomentar el espíritu crítico en la recepción de información.

En definitiva, lo importante es dotar al alumno de unas competencias para la solución de problemas específicos más allá de una preparación abstracta que no le capacite para salir airoso de retos académicos y profesionales (Vivar, 2010). Se trata de hacerle capaz ante los avatares de la vida laboral que le espera -con suerte- a la salida de las aulas. Del mismo modo, se espera que el alumno pueda compaginar formación y vida laboral. De hecho, el EEES considera acertadamente que la formación es constante y se produce a lo largo de la vida (*long-life learning*). Pues bien, los tradicionales estudios universitarios españoles se ven

Fundación Telefónica
Telefónica

de lleno en este proceso de cambio con vistas a su adaptación al EEES, la cual es una realidad desde el curso académico 2010-2011.

De este modo, la profesión periodística y el mundo de la comunicación en general viven un proceso de transición y adaptación a los nuevos tiempos, marcados por la evolución tecnológica y el resurgir de las teorías de la responsabilidad social. La irrupción de las TIC supone un punto de inflexión en el trabajo de la mayoría de los periodistas y medios tradicionales, que hasta ahora disfrutaban de una situación más o menos cómoda y rutinaria. Internet supone una nueva herramienta de acceso y distribución masiva de información que para muchos cambia la forma de entender el periodismo. El nuevo periodista debe hoy adquirir nuevas competencias y habilidades en materia tecnológica para desenvolverse con soltura en el nuevo medio, ya que el presente nos brinda a los periodistas la oportunidad de recuperar la credibilidad perdida en el pasado (Cabezuelo, 2007), a pesar de la presente situación de crisis económica.

Objetivos

Entre los objetivos generales, esta investigación pretende demostrar que el nuevo sistema educativo basado en el EEES deja abiertas las puertas a un modelo basado en la educación por competencias y con nuevas propuestas metodológicas más prácticas que se convierten en una perfecta ocasión para una formación de éxito para todos aquellos jóvenes que desean cursar estudios oficiales en Ciencias de la Comunicación en España para convertirse en profesionales de la comunicación digital del mañana.

Entre los objetivos específicos, esta comunicación quiere corroborar que los nuevos planes docentes y las metodologías de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de España, como es el caso analizado de la Universidad San Jorge (Zaragoza), se adaptan a las exigencias en formación de competencias de los expertos en el mundo del periodismo y comunicación digitales. Para ello, desarrolla un análisis y valoración de las materias y metodologías que ayudan al alumno a desarrollar estas competencias y habilidades que le capacitarán de forma exitosa para el desarrollo profesional.

Fundación Telefónica
Telefónica