

#### IV. PROPUESTA DE INNOVACIÓN EN LAS PRÁCTICAS FORMATIVAS DE LA LICENCIATURA DE PERIODISMO

Como se puede deducir de cuanto queda expuesto, las razones de la eficacia y utilidad de la formación universitaria tienen mucho más que ver con las líneas de dirección académica y su plasmación en el proyecto docente que en la habilidad o empatía del profesor con los alumnos en el aula, con ser ésta tan importante. La contextualización disciplinar del conjunto de las asignaturas y su gradación secuencial son algunas de las bases de un plan de estudios correcto y eficaz.

Las líneas de dirección en las que venimos insistiendo son esenciales y tienen una función vertebradora en los centros de nueva creación, ya que están llamadas a evitar la floración voluntarista o espontánea de instalaciones minifundiarias del conocimiento, sin correlatos de corrientes o escuelas, lejos, por consiguiente, de una coordinación integradora.

No parece lógico entender, como hoy llega a ocurrir en algunos centros, que un concepto lato de la libertad de cátedra asista y ampare a profesores asociados que acaban de llegar a la vida universitaria y rápidamente reivindican su promoción, sin pasar por tamiz alguno de dirección académica. Tan poco lógico como injusto atribuir a estos profesores, sobre cuyas espaldas recae en exclusiva buena parte de la actividad docente, los males de los nuevos centros. Este profesorado, que generalmente no responde al exigido

**Cuadro 2**

<p><b>NÚCLEO TEÓRICO</b></p>	<p><b>VERTIENTE PRÁCTICA</b></p>	<p><b>ESPECIALIZACIÓN Y ACTUALIZACIÓN</b></p>
<p>Historia General de la Comunicación. Teorías de la Información y de la Comunicación. Tecnología y Dinámica de la Experiencia Mediática. Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación. Derecho de la Información y de la Comunicación. Políticas de Información y Comunicación. Medios y Relaciones de Poder. Deontología y Responsabilidad Social en la Comunicación. Relaciones Internacionales. Opinión Pública. Pedagogía de los Medios.</p>	<p>Técnicas del Mensaje Informativo. Análisis y Medición de Audiencias y Consumos. Gestión de Recursos Publicitarios. Promoción de Medios. Producción Informativa Audiovisual. Fotoperiodismo y Tratamiento de la Imagen Fija. Diseño y Edición de Prensa. Empresa de la Comunicación. Análisis de la Actualidad.</p>	<p>Periodismo Especializado. Periodismo de Investigación y de Precisión. Periodismo Cultural. Periodismo Deportivo. Periodismo Económico. Periodismo Local. Periodismo Internacional. Periodismo Político. Periodismo y Nuevos Medios. Análisis Prospectivo y Tendencias en Comunicación Social.</p>
<p><b>TMT</b> Taller de Medios y Técnicas</p> <p><b>SPA</b> Seminario Permanente de la Actualidad</p>		<p><b>LIP</b> Laboratorio de Investigación y Prospectiva</p>
<p><b>SIMULACIÓN FORMATIVA PROFESIONAL</b></p>		<p><b>PROYECCIÓN INVESTIGADORA</b></p>
<p><b>TERCER CICLO</b></p>		

ble perfil de "profesional de reconocido prestigio", está formado por jóvenes ilusionados que, en ocasiones, lo más próximo que encuentran a la dirección académica es la dirección política y el juego de las lealtades, aceite de ricino que se dicta en el libro más rancio de la Universidad.

Las observaciones que se hacen tienen un carácter genérico. En ningún caso se intenta promover una solución cerrada o única. Se trata de sugerencias abiertas al debate, que ni siquiera se hacen a partir de las asignaturas reconocidas en planes de estudios concretos. Es más, muchas de las propuestas que se refieren en el texto tienen un sentido genérico o figurado, pero sus enunciados indican contenidos claros. Y no podía ser de otra manera, porque una propuesta cerrada, además de improcedente, entraría en contradicción con la génesis de elaboración o reforma del plan de estudios esbozada en páginas anteriores. Únicamente se describen líneas de acción que pueden contribuir a la mejora de la docencia mediante una estructuración y adecuación de las asignaturas según criterios de eficacia.

Las soluciones se ajustan a la naturaleza de las enseñanzas de Comunicación y tienden a incrementar, para una mejora de la acción docente, el grado de practicidad de la licenciatura de Periodismo, que es la que específicamente nos ocupa, ya que ha sido en el plano de la formación práctica donde tradicionalmente se han venido detectando las carencias de nuestros centros.

La propuesta o sugerencia de un *modelo para la aplicación acumulativa y secuencial de los créditos prácticos en la licenciatura de Periodismo de la Universidad de Málaga*, no afecta lógicamente a otras licenciaturas en Comunicación, a cuyos responsables, no obstante, se brindan estas ideas por sí, con el consenso del conjunto de las áreas específicas, pudiese redactarse un plan de estudios equilibrado y eficaz, algo que debe entenderse, desde la percepción del alumno, como un plan coherente, asequi-

ble y útil para sus proyectos de instalación profesional.

Se trata, en fin, de una propuesta diáfana en sus objetivos de servicio público —esta es la razón principal por la que se acomete la edición de estas reflexiones—, cuya titularidad intelectual hay que buscarla en la experiencia del trabajo comprometido en una Facultad en formación, donde la experiencia de los errores propios y ajenos y el afán de servicio deben conducir al deseo de una constante superación enriquecedora de las etapas precedentes.

Hay, sin embargo, otras razones que aconsejan este proyecto de innovación docente:

1.- *La aproximación al mundo empresarial e institucional.* La experiencia demuestra un desajuste entre la oferta de las Facultades de Comunicación y las demandas concretas de las empresas e instituciones. Por ello, aun cuando pueda entenderse que siempre habrá diferencias entre dos planos no necesariamente coincidentes en sus objetivos y finalidades, como con la Universidad y la Empresa, sí procede acercar unas posiciones hoy muy distantes.

2.- *La racionalización de la docencia práctica.* La enseñanza reglada en cuatrimestres remite el desarrollo de los créditos prácticos a escenarios marginales o a secuencias interrumpidas por la brevedad de los calendarios lectivos. El tratamiento acumulativo y secuencial propuesto corrige en buena medida tales carencias y acerca la formación práctica a simulaciones de ejercicio profesional actualizadas y orientadas a múltiples facetas.

3.- *Favorecer el trabajo en equipo.* El referido tratamiento acumulativo de la secuencia práctica obliga a soluciones de dirección académica y trabajo en equipo, con beneficios potenciales que pueden trascender a líneas de investigación, especialización del centro, etc.

4.- *Permitir una formación integral.* Esta es otra de las ventajas que aconseja este proyecto de innovación, ya que el trabajo en equipo permite evitar los solapamientos del discurso docente y ajus-

tar teoría y práctica a una formación integral trazada desde una dirección académica sujeta a revisión periódica (actualización) y a evaluación.

Junto a un núcleo teórico sólido se propone un despliegue práctico que atienda a los planos técnicos, profesionales y también de investigación, faceta esta última que debe encontrar su prolongación en los programas específicos del tercer ciclo.

Como núcleo de la innovación pedagógica se proponen las soluciones que atienden al desarrollo acumulativo y secuencial de los créditos prácticos de la licenciatura de Periodismo. En esta línea se distinguen tres soluciones síntesis, enunciadas bajo la denominación de Taller de Medios y Técnicas (TMT), Seminario Permanente de la Actualidad (SPA) y Laboratorio de Investigación y Prospectiva (LIP), cuyo sentido y oportunidad se justifica a continuación.

#### TALLER DE MEDIOS Y TÉCNICAS (TMT)

La experiencia de las Facultades de Ciencias de la Información españolas revela carencias significativas en la formación práctica, debidas tanto a la imposibilidad de atender con medios adecuados a un elevado número de alumnos como a la descoordinación de las diferentes extensiones prácticas de las asignaturas específicas.

El Taller de Medios y Técnicas (TMT) quiere ser una solución que permita una formación práctica integrada, mediante la concurrencia de las distintas facetas del conocimiento en un marco de capacitación para el ejercicio de la comunicación periodística en sus diversas proyecciones profesionales. El conjunto de los profesores que imparten materias relacionadas con estos enunciados genéricos diseñarán la secuencia lógica de la enseñanza práctica, de modo coordinado e integrado en una visión de simulación profe-

sional, esto es, que no atienda a aspectos parciales y casi anecdóticos o descontextualizados del ciclo de producción, y que orienten el esfuerzo hacia una visión lógica y completa de las distintas modalidades y facetas del trabajo profesional. Se pretende conseguir así una coordinación de los esfuerzos docentes, su ensamblaje en un desarrollo lógico, eliminar superposiciones innecesarias y lograr una práctica continuada del alumno.

Hacia el TMT se derivarán los distintos componentes prácticos de las asignaturas específicas de formación en medios, esto es, aquellas pueden converger en el escenario integrador de la simulación profesional durante los cuatro cursos de la licenciatura.

Tres áreas de aprendizaje y experimentación prácticos se adscriben al TMT:

1. La construcción de la realidad y del discurso.
2. Los lenguajes de los medios.
3. La tecnología de los medios.

Se incluyen en este apartado de la actividad práctica dos aspectos centrales, como son los referidos a la construcción de la realidad y del discurso y a los lenguajes de los medios, por entender que las tendencias en comunicación, que se describen desde la multiplicidad de canales y soportes, acentúan cada vez más la importancia de la producción de contenidos y su diversificación temática. Ambos aspectos se proyectan en ejercicios prácticos a través de las extensiones tecnológicas que definen las distintas soluciones mediáticas.

El TMT trata, asimismo, de encontrar una fórmula innovadora y eficaz, por cuanto debería ocupar habitualmente buena parte de la actividad escolar durante dos días de la semana, aquellos en los que tradicionalmente se observa una menor atención en el aprendizaje teórico: lunes y viernes. Se permite así, además, que el fin de

semana sea un espacio para la reflexión y la especulación creativa sobre trabajos iniciados el viernes y que proseguirán el lunes siguiente.

El TMT tiene por escenario un aula de prácticas polivalente, fundamentalmente basada en un sistema informático redaccional con ciclo completo de preimpresión y edición digital, laboratorio y tratamiento digital de imágenes, estudio de radio, estudio de TV, batería multimedia, acceso a servicio de redes, etc. El TMT desarrollará, de manera coordinada, un conjunto de aplicaciones destinadas al conocimiento práctico de la producción informativa, el acceso a las fuentes (agencias, bases de datos y técnicas documentales), diseño gráfico, fotografía (producción y laboratorio), imagen digital, infografía, informática, multimedia (experimentación multimedia), preimpresión, edición *on line*, producción periodística audiovisual, televisión, transmisión de mensajes, facsímil redaccional, etc.

En el TMT, como ya se ha anticipado, se coordina la actividad práctica del conjunto de profesores relacionados con la formación del periodista, cuya intervención en el Taller estará reglada por los criterios secuenciales ya referidos en el proceso de aprendizaje, con lo que se pretende evitar la actual descoordinación, la instrucción parcial o el solapamiento de las aplicaciones.

Mención especial, dentro del apartado del TMT, merecen las posibilidades que abre el trabajo práctico de aprendizaje y exploración en la red. Lo que hoy conocemos como Internet, esto es, el nuevo entorno de exploración digital en las redes, abre una gama muy amplia de soluciones y recursos que interesan a las tres líneas prácticas sugeridas en esta modelización.

Aunque hemos conocido desprecios injustificados al valor formativo de Internet, las múltiples opciones de la consulta interactiva se están convirtiendo en un instrumento auxiliar irrenunciable que, en el caso concreto de la comunicación, se ve enriquecido por alicientes muy significativos y por ser, a la vez, pertinentes a su entor-

## OBJETIVOS

- Diseñar, de acuerdo con la realidad de los ámbitos profesionales de la comunicación, las necesidades formativas en los diferentes campos en los que se proyecta la labor periodística del comunicador.
- Ordenar y jerarquizar en una secuencia lógica las vertientes de la formación práctica del licenciado en periodismo descritas por los ciclos productivos de su entorno profesional y académico.
- Atribuir a los créditos prácticos de las asignaturas específicas, propias de las áreas de conocimiento de la comunicación, valores finalistas sujetos al desarrollo de la secuencia lógica antes enunciada.
- Coordinar los créditos prácticos de forma global, tanto en la fijación de la secuencia formativa -se trata de implicar al conjunto de los profesores-, como en el seguimiento y la evaluación del alumnado.

no natural.

a) Internet es el embrión de los nuevos medios interactivos de la era digital, por lo que, incluso como simple objeto de estudio y experimentación, tiene un interés especial en las Facultades de Comunicación y muy especialmente en el ámbito de la comunicación periodística.

b) Abre nuevas vías de expresión, pero también de actividad y negocio, de ocupación laboral y diversificación de las salidas profesionales.

c) Internet es, en sus primeros años de existencia, un fenómeno social de muy amplio alcance, con una implantación excepcional en los segmentos de edad 15-24 y 25-34 años, con mayor incidencia aún entre quienes cursan o han cursado estudios universitarios.

Una Facultad de Comunicación no sólo debe ser receptiva a es-

## CONTEXTUALIZACIÓN

- Esta propuesta se contextualiza en el planteamiento y desarrollo de un nuevo Plan de Estudios de Periodismo, cuyos tres pilares de formación práctica están definidos por los siguientes instrumentos de acción docente:

- a) TALLER DE MEDIOS Y TÉCNICAS (TMT).
- b) SEMINARIO PERMANENTE DE LA ACTUALIDAD (SPA).
- c) LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN Y PROSPECTIVA (LIP).

tas novedades, sino tener criterio en su dirección académica para saber valorar la importancia de los procesos emergentes. Distinguir así las modas y los epifenómenos, en los que tantas veces se polarizan las inversiones en equipamiento, de las líneas maestras que definen las tendencias de los medios y de la comunicación.

En ocasiones, se sustituye esa falta de criterio con un espejismo de la puesta al día del conocimiento a través de supuestos instrumentos de modernidad, y se hace mediante la compra de equipos y programas de la última generación comercial, a cuyas posibilidades operativas se pliega buena parte de la docencia. Los agentes comerciales de algunas firmas se están convirtiendo, en no pocas ocasiones, en los inductores de la compra de equipos, ya que no sólo son capaces de denunciar las carencias y obsolescencias del equipamiento universitario, sino de definir con su desparpajo vendedor los horizontes del desarrollo tecnológico, las aplicaciones sectoriales, etc. Incluso llegan a crear actitudes de dependencia en el manejo del aparataje entre los docentes, que abandonan en parte su formación académica integral para abanderar las escuderías de usuarios de programas y, con ello, ampliar el éxito comercial de las

marcas o los programas entre los estudiantes.

Se produce aquí un fenómeno perverso. La percepción de valores como la modernidad y hasta el prestigio docente que hacen la mayoría de los alumnos atiende, cada vez más, a las habilidades por parte del profesorado en el uso de herramientas y programas con un alto grado de volatilidad, circunstancia que aconseja, para mantener ese prestigio que bebe en las fuentes de los bien entrenados vendedores de los grandes almacenes, a renovar equipos y *software* a medida que estos van saliendo al mercado.

Invertir en la adquisición de las últimas y más avanzadas máquinas no siempre es la mejor solución. Pero sí hacerlo ante aquellos fenómenos que implican cambios de ciclo, apertura de nuevas líneas de exploración del conocimiento, etc. En el caso de la comunicación interactiva a través de las redes, que puede ser soportada por equipos estándar, es necesario que exista un criterio firme de implantación de infraestructuras y recursos, sin esperar a que, por la importancia creciente que adquieren las nuevas modalidades comunicativas, sean arrebatadas o reivindicadas por otros sectores académicos y sólo entonces exigir el equipamiento.

En el esquema de mejora de la actividad docente que aquí se propone, las soluciones que ya hoy ofrece Internet atienden a aspectos que interesan a las tres líneas prácticas propuestas.

Lógicamente, al ya referido TMT, por cuanto permite la experimentación del medio, la consulta y creación de contenidos, el estudio de soluciones de diseño gráfico, la potencialidad del diálogo hipertextual interactivo, la sintaxis de formas y lenguajes de raíz multimediática, etc.

Pero también interesan estas aplicaciones y el desarrollo de la formación práctica a las actividades previstas para el Seminario Permanente de Actualidad y el Laboratorio de Investigación y Prospectiva, como se expone más adelante.

### SEMINARIO PERMANENTE DE LA ACTUALIDAD (SPA)

Otra de las carencias detectadas en las prácticas formativas de las Facultades de Ciencias de la Información hace referencia al escaso seguimiento de la actualidad por parte de los alumnos. En todo caso, se hacen calas sobre facetas muy concretas, desde ópticas particulares (análisis de contenido, redacción periodística, etc.), pero no se advierte una actividad permanente y continuada de análisis e interpretación de la actualidad a través del discurso de los medios.

Ya se ha constatado el escaso interés y conocimiento que los alumnos de Ciencias de la Información suelen mostrar hacia los temas de la actualidad periodística y que su consumo de radio y televisión no se orienta de forma clara hacia los servicios informativos. Hay en este paradójico dislate fallos fundamentalmente atribuibles a la ineficacia de un modelo que calca soluciones formativas muy rígidas de otros centros, al margen de los problemas derivados del extrañamiento mutuo entre facultades y medios.

El Seminario Permanente de la Actualidad (SPA) integrará una porción de los créditos prácticos de asignaturas de interpretación y análisis del mensaje informativo, con una finalidad central: estudiar los valores dominantes de la actualidad nacional e internacional. Asimismo, servirá de foro para la presencia de actores del acontecer informativo, protagonistas y profesionales de los medios, para el debate acerca de la interpretación que los medios hacen de la realidad, así como para el conocimiento de modelos de expresión mediática nacionales y extranjeros.

El éxito del SPA depende en gran medida de la habilitación de una fórmula ágil de participación del alumnado en el análisis y el debate, mediante intervenciones regladas, ponencias sobre temas de actualidad, etc.

Hacia el SPA se derivarán los distintos componentes prácticos de

## TMT

- EL TALLER DE MEDIOS Y TÉCNICAS (TMT) contempla las diferentes fases de la formación práctica del comunicador, con especial atención a tres aspectos básicos:

- 1.- La construcción de la realidad.
- 2.- Los lenguajes de los medios.
- 3.- La tecnología de los medios.

En la secuencia formativa se evitan los solapamientos y se ajusta con criterios de eficacia y racionalidad el orden lógico que debe seguir el alumno en su aproximación a las técnicas y herramientas del quehacer profesional.

las asignaturas específicas de análisis e interpretación, repartidos a lo largo de la licenciatura.

A título de ejemplo, se citan algunas asignaturas tipo que concurrirían en la oferta práctica del SPA, como Agenda y Construcción de la Realidad, Análisis de la Actualidad, Medios y Relaciones de Poder, Mundo Actual, Deontología y Responsabilidad Social en la Comunicación, etc.

Como infraestructura de apoyo a estas proyecciones prácticas de la docencia, una solución escasamente evolucionada aún como es Internet cobra ya un relieve innegable. A través de la red se abren líneas de acceso a fuentes y medios próximos a escenarios de la actualidad, con lo que se consigue que el alumno conozca por sí mismo la variedad y riqueza de la geografía de los medios. Y que, además, utilice sus contenidos en construcciones de la realidad que no estén concebidas únicamente según las versiones estándar de las agencias internacionales o según los valores de preagenda propios de los medios más cercanos. Así, si se produce una crisis en Vene-

zuela o se quiere contrastar una información que implica a España con escenarios en aquel país, se podrá acceder, de acuerdo con los recursos hoy existentes, a 50 medios locales, entre ellos diarios como *El Universal*, *El Nacional*, 2001, etc.

En octubre de 1997, según el servicio de enlace de prensa diaria mundial de la prestigiosa revista norteamericana *Editor&Publisher*, eran más de 2.200 las cabeceras de prensa accesibles a través de la red, cifra que se elevaba a unos 4.500 al considerar títulos de revistas generales y especializadas, medios audiovisuales, agencias, etc. Estas cifras dan una idea de la riqueza de unos recursos que atienden a definiciones geográficas de los cinco continentes y resultan imprescindibles en el proyecto docente de la Comunicación Periodística. Antes de cinco años, lo habitual será que diarios, emisoras de radio y estaciones de televisión sean accesibles a través de infraestructuras de globalización similares o equivalentes a la actual concepción de Internet, por no hablar de otras nuevas que atiendan a soluciones síntesis o hipermediáticas, nacidas de la convergencia y conectividad tecnológicas.

Una riqueza tal de recursos facilita el conocimiento de la escena en la que se plasma la globalización, permite actualizar constantemente el conocimiento, independientemente del lugar donde se ubique el centro académico, y es para el SPA un instrumento decisivo en los análisis de agenda, incidencia del territorio en la construcción del discurso, modelización de medios, etc. Además, permite acceder a fuentes institucionales, supranacionales, organizaciones de todo tipo, esto es, al creciente periodismo de fuentes que hoy ya vuelca buena parte de sus producciones en la red.

El SPA se apoya en la presencia en el aula de profesionales y protagonistas de la actualidad, así como en la utilización de una base de datos alimentada por los alumnos, un fondo hemerográfico, el acceso a medios en red y a programas informativos de Tv/sat de distintos países.

No pretende que los alumnos memoricen los hechos de un tiempo, sino saber valorarlos, interpretarlos, debatirlos en público, así como conocer las claves de la construcción de la realidad a través de la consulta habitual de los distintos medios.

Del mismo modo que en el TMT se plantea como una ordenación jerarquizada en secuencia lógica del conocimiento práctico. El SPA debe ser, pues, una formulación innovadora y eficaz, punto de encuentro interdisciplinar y de áreas de conocimiento concurrentes en el desarrollo curricular de la licenciatura en Periodismo. Experimentalmente, el SPA podría ocupar, de forma habitual, la actividad escolar durante una hora diaria, de martes a jueves (3 horas lectivas semanales).

#### LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN Y PROSPECTIVA (LIP)

La transformación permanente, como valor intrínseco de los nuevos modelos y sistemas de comunicación, modifica las prácticas mediáticas, los hábitos y consumos de las audiencias, el carácter de los contenidos, las pautas de creación de opinión y socialización, las modalidades de la acción publicitaria, etc. Una transformación de esta naturaleza está provocando una creciente demanda de expertos e investigadores en los diferentes campos de la acción comunicativa, desde el estudio de los emisores hasta las respuestas de las audiencias, desde la eficacia de los contenidos y su adecuación a la demanda hasta los mecanismos de formación de la opinión pública, desde los valores de agenda hasta los recursos de formación retórica, creación de imagen, diseño, etc. Y, lógicamente, en unos escenarios variables y hasta evanescentes, hoy se producen fuertes requerimientos, que tienden a crecer, en aplicaciones de carácter prospectivo.

Investigación desde los medios, en los medios, y externa a los medios, como herramienta de control social de los medios. Investi-

gación comercial, institucional y académica. Las empresas de publicidad y medios hace tiempo que abrieron servicios específicos de investigación. Los gabinetes institucionales de comunicación se refuerzan con líneas de análisis de contenido, evaluación de flujos y agendas, etc. En Estados Unidos se prevé que en el umbral del siglo XXI más del 25 por ciento de los egresados de los centros superiores de Comunicación se integren en equipos de investigación, además de quienes puedan centrar su actividad en las instituciones académicas.

Esta creciente importancia de las líneas de investigación aplicada se traslada, de forma desordenada, a una buena parte de los ejercicios prácticos que se desarrollan a lo largo de la carrera de Periodismo, incluso se repiten muchas de estas prácticas —medición de audiencias, análisis de contenido, construcción del discurso, etc.—. Sin embargo, existe un constante recurso entre el profesorado a encargar ejercicios prácticos que se aproximan al trabajo científico, que no se contextualizan adecuadamente en líneas metodológicas, por lo que sus virtudes finales suelen estar más en una buena presentación, el repertorio de recursos informáticos, gráficos, etc., que en la fiabilidad de los resultados. En definitiva, falta una visión de partida del trabajo científico y una líneas de dirección generalista o especializada, según los casos, carencia que se pretende paliar con el Laboratorio de Investigación y Prospectiva. Su eficacia ha de revertir en el ejercicio profesional de la investigación en las empresas e instituciones del entorno de la comunicación, en la proyección sobre los programas del Tercer Ciclo y en el mismo fomento de la actividad investigadora en el seno de la Universidad.

Del mismo modo que se vieron soluciones prácticas relacionadas con Internet en el TMT y en el SAP, también en Laboratorio de Investigación y Prospectiva tendrá como recurso el trabajo en la red. Ciertamente, a través de soluciones de diálogo planetario, se han mejorado las posibilidades de la investigación, la circulación

## SPA

EL SEMINARIO PERMANENTE DE LA ACTUALIDAD (SPA) trata de cubrir una carencia observada en la formación práctica de los futuros periodistas: el conocimiento de la actualidad. Hacia el SPA se derivan los créditos prácticos de las asignaturas relacionadas con la estructura y teorías de la información y de la comunicación, análisis de medios, etc., de modo que diariamente el alumno trabaje, valore e interprete las claves de la actualidad. El SPA tendrá la vigencia lectiva de seis cuatrimestres (2º del primer año; 1º y 2º del segundo y tercer año, y 1º del cuarto año), durante los cuales cada alumno deberá redactar una memoria de hechos e interpretación del tiempo transcurrido, que será evaluada al final de la carrera.

- El SPA se apoya en la presencia en el aula de profesionales y protagonistas de la actualidad, así como en la utilización de una base de datos alimentada por los alumnos, un fondo hemerográfico, el acceso a medios en red y a programas informativos de Tv/sat de distintos países.
- No pretende que los alumnos memoricen los hechos de un tiempo, sino saber valorarlos, interpretarlos, debatirlos en público, así como conocer las claves de la construcción de la realidad a través de la consulta habitual de los distintos medios.

del conocimiento y una menor dependencia en la creatividad investigadora de un centro y su ubicación geográfica concreta.

La difusión del saber especializado y su permanente actualización comparte cada vez más el soporte papel de las publicaciones convencionales con soluciones digitales o, incluso, orienta su esfuerzo a través de la red únicamente. La red permite crear foros de diálogo, de debate permanente acerca de temas de trabajo de grupos, departamentos universitarios, etc., de modo que ciertos matices de la calidad de la enseñanza, de la actualización del conocimiento o de la

recepción doctrinal ya no dependen tanto de la ubicación geográfica del centro como de su capacidad relacional, creativa e innovadora; esto es, del grado de modernidad conceptual del servicio público universitario.

Desde la vertiente investigadora de la comunicación periodística, soluciones del tipo Internet permiten la indagación sobre el mismo soporte y sus contenidos, las modalidades constructivas y los nuevos lenguajes; hábitos de consumo y afectación sobre el resto del sistema de medios; tendencias tematizadoras, evolución de los recursos interactivos, etc.

Sin duda, el acceso de los alumnos a la red, sujeto a informes que verifiquen que su uso concuerda con la finalidad académica, se está convirtiendo en un recurso y en una actividad práctica prioritaria de los estudios de comunicación periodística, por lo que muchas infraestructuras pensadas como "aulas informáticas", denominación ya antigua en la que prima como valor adjetivo el carácter novedoso de la tecnología, deberán convertirse en centros multiusos de comunicación.

Por lo que respecta a los ámbitos concretos del LIP, no cabe la menor duda que debe atenderse en su trabajo a la secuencia de la acción comunicativa, que implica el estudio de agentes y actores, medios y soportes, contenidos y lenguajes, producción de opinión y efectos, mecanismos de circulación de los flujos y análisis de contenido, etc.

En definitiva, más que buscar nuevas líneas, integrar las más significativas en un escenario sistémico, contextualizado, de modo que lo que hasta ahora era un esfuerzo atomizado y disperso, incompleto y descoordinado, se adapte a la recuperación del proceso lógico de la acción comunicativa.

## LIP

- El LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN Y PROSPECTIVA (LIP) es el tercer pilar del proyecto de innovación pedagógica. Su objetivo es atender una creciente demanda de investigadores en comunicación, con proyección en los ámbitos académico y profesional.
- Facilita un acceso más eficaz a los programas de tercer ciclo.
- Atiende a los requerimientos científicos de la investigación en la Universidad.
- Da respuesta a las demandas crecientes sobre análisis de contenidos, fuentes, audiencias, consumos mediáticos, efectos, etc. derivados del ciclo expansivo de la comunicación, así como en las vertientes prospectivas del desarrollo de los medios.
- Permite la definición de líneas prioritarias y específicas, y con ello una mayor eficacia en la práctica investigadora.