



Universidad
Internacional
de Andalucía

TÍTULO

LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
INFORMACIÓN DE LA UCM
REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA, INCLUSIÓN SOCIAL Y DISCURSO DE
ODIO

AUTORA

Giselle Laferté León

	Esta edición electrónica ha sido realizada en 2025
Director	Dr. José Ignacio Aguaded Gómez
Instituciones	Universidad Internacional de Andalucía; Universidad de Huelva
Curso	<i>Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual (2024/25)</i>
©	Giselle Laferté León
©	De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía
Fecha documento	2025



Universidad
Internacional
de Andalucía



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



Los estudiantes de la
Facultad de Ciencias de
la Información de la UCM:
**Representación mediática,
inclusión social y discurso
de odio**

24/25

Universidad de Huelva |
Universidad Internacional
de Andalucía



**TFM MÁSTER DE COMUNICACIÓN
Y EDUCACIÓN AUDIOVISUAL**

Alumna: Giselle Laferté - Orcid 0009-0009-1648-5309

Director: Dr. Ignacio Aguaded - Orcid: 0000-0002-0229-1118



Resumen

El presente Trabajo de Fin de Máster recoge la experiencia práctica desarrollada en la **Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM)**, entre **abril y mayo de 2025**. Durante este período, se participó en actividades de medios universitarios como **Inforadio, Infoactualidad y Videofactoría**, así como en **clases prácticas** en platós de televisión, edición y postproducción.

El propósito fundamental fue **analizar críticamente la representación mediática de los estudiantes universitarios**, prestando especial atención a temáticas como la **inclusión social**, la **diversidad** y los **discursos de odio**.

Los resultados evidencian que los estudiantes **producen contenidos con un fuerte compromiso social**, generando **narrativas inclusivas** que buscan **visibilizar la diversidad** y **combatir la exclusión**.

Sin embargo, también se identificaron **limitaciones técnicas, éticas y logísticas** que requieren un abordaje más profundo dentro de la formación universitaria. La investigación concluye que la **edukomunicación** constituye un enfoque esencial para formar **comunicadores críticos, responsables y capaces de transformar el entorno social** desde los medios universitarios.

A partir de los resultados, se aporta una propuesta de intervención edukomunicativa como una respuesta crítica y propositiva frente a la invisibilización mediática de la juventud.

PALABRAS CLAVE

Educomunicación, inclusión social, diversidad, discurso de odio, medios universitarios.



Abstract

This Master's Thesis presents the **practical experience** carried out at the **Faculty of Information Sciences of the Complutense University of Madrid (UCM)** between **April and May 2025**. During this period, active participation took place in **university media** such as **Inforadio, Infoactualidad, and Videofactoría**, as well as in practical sessions in **television studios, editing, and post-production**. The main goal was to **critically analyze the media representation of university students**, with special focus on topics such as **social inclusion, diversity, and hate speech**.

The findings show that **students produce content with a strong social commitment**, creating **inclusive narratives** that aim to highlight **diversity** and counter **exclusion**. Nevertheless, **technical, ethical, and logistical challenges** were also identified, demanding a **deeper approach within academic training**. The study concludes that **educommunication** is an **essential approach** to shaping **critical and responsible communicators** capable of **transforming the social environment** through **university media**.

Based on the results, **a proposal for educational communication intervention** is presented as a **critical and proactive response** to the **media invisibility of youth**.

KEYWORDS:

Educommunication, social inclusion, hate speech, university media.

Índice

01 Introducción

- 1.1 A propósito del trabajo de campo y el marco de la investigación
- 1.2 Justificación

02 Objetivos

- 2.1 Objetivo general
- 2.2 Objetivos específicos

03 Contexto institucional

- 3.1 Inforadio
- 3.2 Infoactualidad
- 3.3 Videofactoría
- 3.4 Platós de televisión, grabación, edición y postproducción

04 Propuesta de Intervención Educomunicativa

05 Limitaciones del proyecto

06 Autovaloración

07 Resultados y conclusiones

- 7.1 Medios de comunicación
- 7.2 Análisis crítico
- 7.3 Análisis del tratamiento de temas sociales

08 Conclusiones

09 Referencias bibliográficas

10 Anexos

- 10.1 Diario de observación
- 10.2 Cuestionarios (entrevistas), fotografías, links a vídeos
- 10.3 Fotografías de las actividades desarrolladas

11 Agradecimientos



INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación universitarios en España cada vez adquieren un rol más relevante dentro y fuera del ámbito académico. Se configuran como espacios de formación, experimentación, integración y difusión cultural que permiten a los estudiantes poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula. Al mismo tiempo, cumplen una función social al visibilizar temáticas vinculadas con la vida universitaria y con problemáticas sociales, políticas y culturales que atraviesan a la juventud y a la sociedad en general.

Siguiendo esta línea, las radios universitarias han sido históricamente uno de los formatos más extendidos y consolidados. Universidades como la Complutense de Madrid, la Universidad de Salamanca o la Universidad de Valencia cuentan con emisoras gestionadas por estudiantes y docentes, que ofrecen programas sobre actualidad, música, cultura y ciencia. Estos espacios fomentan la creatividad, la innovación en los géneros radiofónicos y fortalecen la identidad universitaria, además de promover la participación activa de los estudiantes en la vida académica.

En este ámbito, resulta fundamental la labor de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), una red que agrupa a más de treinta emisoras universitarias de todo el país. Su misión es coordinar, visibilizar y fortalecer el papel de la radio en la academia, impulsando proyectos conjuntos, intercambios de contenidos y cooperación entre universidades. Además, fomenta la investigación, la formación y la difusión cultural, consolidando la radio universitaria como un medio alternativo y como un espacio

pedagógico de aprendizaje práctico que, a su vez, amplifica la proyección social de la universidad.

De manera complementaria, los periódicos universitarios se consolidan como una herramienta clave para la práctica del periodismo escrito. A través de ellos, los estudiantes desarrollan habilidades de redacción, investigación y análisis crítico, al mismo tiempo que generan contenidos sobre la vida universitaria, debates sociales, avances científicos o temas culturales. Estas publicaciones actúan también como un puente entre la universidad y la sociedad, acercando a la ciudadanía la producción de conocimiento y la mirada de los jóvenes.

Por su parte, las revistas universitarias combinan el rigor académico con un lenguaje accesible, lo que las convierte en un formato relevante tanto para la divulgación científica como para la reflexión cultural. Estas publicaciones permiten a los estudiantes familiarizarse con procesos editoriales profesionales, desde la planificación de contenidos hasta la maquetación y el diseño gráfico, y funcionan como plataformas de expresión crítica y creativa a través de artículos de opinión, crónicas y ensayos.

En conjunto, los medios de comunicación universitarios en España cumplen una doble misión: por un lado, consolidar la formación práctica de los futuros profesionales de la comunicación, y por otro, ofrecer un espacio alternativo de información y participación social. En un panorama mediático marcado por la concentración de voces y la homogeneización de discursos, radios, periódicos y revistas universitarias aportan pluralidad, diversidad y frescura al ecosistema comunicativo, reafirmando a la universidad como motor cultural y social del país.

1.1 A propósito del trabajo de campo y el marco de la investigación

En las páginas siguientes se presenta la memoria de la investigación y las prácticas realizadas en la Facultad de Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), durante la etapa comprendida entre el 22 de abril y el 13 de mayo de 2025. A lo largo de estas semanas, se tuvo la oportunidad de conocer desde muy cerca el funcionamiento de los medios de comunicación universitarios. Los cuales no solo constituyen un factor esencial en la difusión de información actualizada y de calidad, sino también un espacio de construcción social, política y cultural.

Asimismo, se participó activamente en proyectos como Inforadio, Infoactualidad, Videofactoría y las sesiones prácticas de edición, postproducción y producción en platós

de televisión (estudios propios de dicha Facultad). Esta experiencia integral permitió acceder de forma directa al funcionamiento interno de estos espacios, a las dinámicas colaborativas que los caracterizan y al rol activo que desempeñan los estudiantes como productores de contenido con un claro impacto social.

Además, evidenció la importancia de los medios como entornos de aprendizaje y como plataformas de creación de contenidos con proyección social. Más allá de la obtención de habilidades técnicas y conocimientos prácticos, la experiencia corroboró el valor de la comunicación como motor de aprendizaje compartido, generador de opinión pública y herramienta imprescindible para fomentar el desarrollo de una ciudadanía de valores críticos y creativos.

De igual modo, es preciso mencionar el trabajo en equipo y las dinámicas colaborativas características de estos proyectos subrayaron el rol autónomo de los estudiantes como productores, coordinadores, realizadores y directores de programas informativos, culturales, inclusivos y variados. Demostrando que los medios, incluso en el ámbito escolar, tienen la capacidad de transformar la manera en que entiende y se difunde la realidad.

El objetivo principal fue analizar críticamente la representación que se hace de los estudiantes universitarios en dichos medios, con especial atención al tratamiento de temas sensibles como la inclusión social, la diversidad y los discursos de odio. En palabras de Martínez y Servaes (2012):



la educomunicación es un proceso que no solo informa, sino que transforma, permitiendo que los medios sean espacios para la construcción de identidades plurales y democráticas.

Este enfoque resulta fundamental para comprender cómo se pueden fomentar narrativas que visibilicen la diversidad y combatan las formas de exclusión o estigmatización presentes en la sociedad. En un mundo cada vez más mediatizado, donde la información circula rápidamente y moldea percepciones colectivas, es imprescindible que los futuros profesionales desarrollen una conciencia crítica y ética sobre los contenidos que producen. Servaes y Carpentier (2013) afirman que:



...la educomunicación constituye una herramienta esencial para combatir discursos de odio y promover una comunicación basada en el respeto, la inclusión y la justicia social...

En este sentido, la dimensión formativa de las prácticas en medios universitarios no se limita a lo técnico, sino que incorpora una reflexión ética sobre el poder de la palabra y la imagen para transformar realidades sociales.

Durante el proceso de participación en la producción mediática, se observó cómo los estudiantes asumen roles diversos que les permiten experimentar las complejidades y responsabilidades inherentes a la comunicación en tiempo real. Según Downing (2010):



...la comunicación debe entenderse como un acto político y social, donde la representación de grupos diversos requiere una mirada consciente y crítica para evitar reproducir desigualdades...

Esta experiencia práctica favorece el desarrollo de habilidades que van más allá del manejo técnico y se adentran en el compromiso ético y social de la profesión. La misma, se inscribe en la línea de pensamiento educomunicativo que sostiene que los medios deben ser vehículos para el diálogo intercultural y la convivencia. Rodríguez y Díaz (2015) señalan que:



...la educomunicación debe promover espacios donde se respeten las diferencias y se cuestionen los discursos que fomentan la exclusión y la intolerancia...

Por ello, este trabajo busca no solo documentar una experiencia profesional, sino también aportar una reflexión crítica que contribuya a una cultura mediática universitaria más plural y comprometida con los valores democráticos.

1.2 Justificación

Este trabajo aporta al desarrollo de una mirada crítica y reflexiva sobre los procesos de representación mediática en el ámbito universitario, con especial énfasis en valores como la diversidad, la inclusión, la equidad y la libertad de expresión. Como plantean Rodríguez y Díaz (2015):



...la representación mediática no es neutral, sino que construye y reproduce significados que afectan la percepción social de grupos y realidades diversas...

Por tanto, analizar cómo los estudiantes representan su propia realidad se vuelve un ejercicio fundamental para identificar tantos avances como áreas de mejora en el ecosistema comunicativo académico. La educomunicación, en palabras de Gómez y Guarín (2018);



...es una práctica social transformadora que busca fortalecer la convivencia intercultural y enfrentar los discursos de odio mediante narrativas inclusivas y responsables...

La presente contribución, pretende promover ese tipo de comunicación, proponiendo estrategias que permitan a los estudiantes no solo producir contenidos de calidad, sino también asumir una responsabilidad social y ética en su rol como comunicadores. De esta forma, se contribuye a la construcción de una cultura mediática que respete y celebre la diversidad.

Este trabajo, pretende promover ese tipo de comunicación, proponiendo estrategias que permitan a los estudiantes no solo producir contenidos de calidad, sino también asumir una responsabilidad social y ética en su rol como comunicadores. De esta forma, se contribuye a la construcción de una cultura mediática que respete y celebre la diversidad.

Además, la aproximación práctica y contextualizada favorece el diseño de acciones educomunicativas concretas que pueden implementarse en el ámbito universitario. Como indican Martínez y Servaes (2012):



...la educomunicación tiene un potencial pedagógico para educar en valores y construir audiencias críticas, capaces de cuestionar y transformar los discursos hegemónicos...

En este sentido, la práctica universitaria debe ir más allá de la técnica y fomentar el pensamiento crítico y la reflexión ética. Downing (2010) enfatiza que:



...los medios tienen un papel crucial en la política cultural y la formación de identidades sociales, por lo que es imprescindible que las nuevas generaciones de comunicadores desarrollen competencias para representar la diversidad con respeto y precisión...

Esta investigación se plantea como una contribución a ese objetivo, ofreciendo un análisis crítico de la producción mediática universitaria desde una perspectiva educomunicativa.

Por último, este Trabajo de Fin de Máster no solo documenta una experiencia formativa, sino que se erige como una propuesta para fortalecer la cultura mediática en la universidad. Como concluyen Servaes y Carpentier (2013):



... la educomunicación es un camino hacia sociedades más justas y democráticas, donde la comunicación inclusiva es una herramienta para la transformación social...

En ese marco, esta investigación pretende aportar a la construcción de un ecosistema comunicativo universitario más plural, consciente y comprometido con la justicia social y los derechos humanos.

02

OBJETIVOS



2.1 Objetivo general

Analizar la representación mediática del estudiantado de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, con atención a los contenidos relacionados con la inclusión social y el discurso de odio, a fin de proponer una intervención educomunicativa que promueva la diversidad y el respeto.

A partir de los resultados, se aporta una propuesta de intervención educomunicativa como una respuesta crítica y propositiva frente a la invisibilización mediática de la juventud.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar patrones discursivos y estereotipos en los contenidos producidos en los medios de la facultad.
- Documentar prácticas inclusivas en las producciones mediáticas estudiantiles.
- Evaluar el tratamiento de temas sensibles como la discriminación o los discursos de odio.
- Diseñar una propuesta educomunicativa desde la perspectiva de la educación crítica y transformadora.
- Analizar la eficacia de los canales universitarios como agentes de cambio social.

03

CONTEXTO INSTITUCIONAL



La Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) constituye uno de los espacios académicos más relevantes de España en el ámbito de la comunicación. Con más de cinco décadas de historia, esta facultad alberga diferentes áreas, destacan: Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.

Se configura como un ecosistema educomunicativo diverso y activo, en el que convergen propuestas académicas, proyectos de innovación docente y medios gestionados por los propios estudiantes, ofreciendo una formación integral que combina teoría, práctica y reflexión crítica. Su infraestructura tecnológica avanzada -estudios de radio, platós de televisión, salas de edición, aulas multimedia y emisoras digitales- permite simular entornos profesionales reales, facilitando la transición entre el ámbito académico y el laboral.

Durante el desarrollo de las prácticas, el trabajo se organizó en distintos departamentos y bajo la guía de docentes y periodistas con amplia trayectoria profesional. Esta experiencia práctica no solo permitió integrarse a las rutinas productivas de los medios universitarios, sino también comprender la cultura institucional de la facultad, caracterizada por la colaboración interdisciplinar, la autonomía estudiantil y el fomento del pensamiento crítico. La Facultad de Ciencias de la Información se presenta como un espacio idóneo para analizar el modo en que se forman y se expresan los futuros comunicadores, y cómo desde la universidad se pueden promover valores democráticos a través de los contenidos que producen.

El inicio de las prácticas estuvo marcado por una presentación con el tutor externo, Miguel Ángel Ortiz, quien me recibió en el vestíbulo de la Facultad de Ciencias de la Información. A continuación, me ofreció una visita guiada por las instalaciones del centro, con el fin de introducirme en el entorno académico y profesional en el que desarrollaría mis tareas.

Durante el recorrido, conocí espacios fundamentales para la actividad informativa y audiovisual como Inforadio, Infoactualidad, Videofactoría y los estudios de grabación. También visité zonas comunes como los comedores de estudiantes y profesores. Esta primera jornada me permitió conocer de primera mano las herramientas tecnológicas y los métodos de trabajo que emplean los alumnos para elaborar contenidos informativos y audiovisuales.

3.1 Inforadio



3.1.1. Coordinación y Estructura Organizativa

Inforadio es una emisora universitaria adscrita en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. La misma, representa un modelo ejemplar de integración entre la teoría académica y la práctica profesional que se acerca los más cercano posible al trabajo que se realiza en una emisora prestigiosa como lo es Cadena 100, Onda Cero, Cadena SER, entre otras.

Además, Inforadio tiene como objetivo formar a estudiantes de dicha facultad en competencias comunicativas, técnicas y éticas que responden especialmente a las exigencias actuales en el ámbito periodístico y audiovisual en el que ya no basta con el dominio del contenido, sino que es fundamental comprender y aplicar criterios de responsabilidad, veracidad, comparación de fuentes y sensibilidad social.

Bajo la coordinación de la periodista y docente Lola Rodríguez, este espacio unifica los metidos tradicionales y emergentes permitiendo que los programas no solo se transmitan

por la emisora sino también sean escuchados y visualizados en Spotify, YouTube y otras redes sociales. Asimismo, se establece como una radio de práctica profesional donde se abordan de manera activa y reflexiva noticias nacionales e internacionales de índole cultural, histórico, deportivo, temas de inclusión social, diversidad y discurso de odio lo cual permite una diversidad en la difusión de contenidos temáticos.

Este espacio, es un laboratorio vivo de aprendizaje, donde los estudiantes experimentan en tiempo real con la producción, redacción y emisión de noticias, lo cual fomenta una aproximación activa y reflexiva al tratamiento informativo que fortalece el pensamiento crítico de futuros comunicadores.

Cabe mencionar, que el enfoque de inforadio este centrada en el intercambio y retroalimentación de la información que emite. Por ello, constituye también una plataforma formativa y crítica en el ámbito universitario ya que contribuye a la alfabetización mediática, la adquisición de las competencias y herramientas necesarias que fomentan la formación del pensamiento analítico, valorativo y creativo de los estudiantes que realizan prácticas.

3.1.2. Estructura organizativa y participantes

Inforadio está estructurado como un departamento que combina formación, producción y experimentación sonora y audiovisual. Su equipo está conformado por:

- Coordinación general: Lola Rodríguez.
- Productores/as y locutores/as: Estudiantes de Comunicación y Periodismo.
- Responsables de Programas: Arancha Guerrero, Ana Carcelén, Julia Rodríguez, entre otros.
- Encargada de multimedia y redes sociales: Alessandra Gamboa.
- Colaboradores técnicos: Pedro Hernández y Manuel Serrano.

3.1.3. Objetivos dentro de la Facultad

- Capacitar técnica, profesional y narrativamente a los estudiantes.
- Fomentar una conciencia ética, crítica y valorativa que permita producir contenidos respetuosos, inclusivos, actualizados y socialmente comprometidos.

3.1.4. Funciones y dinámicas de trabajo

En dicha emisora se realizan diversas funciones entre ellas:

- Producción, coordinación y técnica de programas de actualidad, análisis y entretenimiento.

- Formación práctica en herramientas como Canva, Audacity y Adobe Premiere.
- Análisis de contenidos con perspectiva de género, diversidad, discapacidad y migración.
- Difusión en redes sociales y plataformas como Spotify, I-Voox y YouTube.

3.1.5. Representación mediática y redes sociales

Inforadio tiene presencia en redes sociales como Instagram y X (Twitter). Se seleccionan clips relevantes, se redactan textos adaptados y se publican piezas audiovisuales que buscan ampliar el impacto de los mensajes emitidos en la radio. Las métricas de interacción se analizan para mejorar el alcance y la pertinencia del contenido.

Antes de emitir una información en Spotify e I, I-Voox ó publicarla en YouTube y las redes sociales anteriormente mencionadas se realiza una verificación de fuentes, así como trabajos de mesa antes del inicio de cada programa.

3.1.6. Metodología propuesta para el tratamiento de inclusión, diversidad y discurso de odio

La metodología propuesta para el tratamiento de la inclusión, la diversidad y el discurso de odio en contextos formativos y mediáticos responde a un enfoque integral, profundamente arraigado en los principios de la educomunicación y el periodismo con compromiso social. Lejos de limitarse a una rutina técnica, este enfoque busca cultivar una conciencia crítica en las y los estudiantes, periodistas y comunicadores en formación, en torno a los desafíos éticos y discursivos de la práctica profesional. Para ello se emplea una metodología basada en:

- Revisión crítica de guiones con lenguaje inclusivo y no sexista.
- Selección de fuentes diversas.
- Análisis contextual de temas sensibles.
- Producción colaborativa de piezas informativas inclusivas.
- Entrevistas a referentes de programas con enfoque social.

Además, la revisión crítica de guiones con lenguaje inclusivo y no sexista se plantea no como una corrección superficial del discurso, sino como un ejercicio reflexivo sobre las estructuras lingüísticas que reproducen desigualdades simbólicas. Esta etapa permite tensionar los marcos narrativos tradicionales y adoptar una comunicación responsable que refleje la pluralidad de identidades sin reforzar estereotipos de género, origen, orientación o condición.

Asimismo, la selección de fuentes diversas responde al principio fundamental de pluralidad

informativa, ampliando el espectro de voces que configuran la agenda mediática. Este criterio no solo garantiza una mayor representatividad, sino que confronta la lógica hegemónica que históricamente ha invisibilizado a ciertos colectivos en el relato periodístico.

El análisis contextual de temas sensibles, por su parte, introduce una dimensión ética y situacional imprescindible en la construcción de relatos responsables. Entender el contexto histórico, social y cultural de los hechos que se abordan permite evitar la simplificación narrativa, el sensacionalismo y la reproducción inconsciente de discursos de odio.

La producción colaborativa de piezas informativas inclusivas se alinea con los valores de la educomunicación, al fomentar una dinámica horizontal de creación que favorece el aprendizaje mutuo, el debate argumentado y la construcción colectiva del conocimiento. Esta etapa refuerza la dimensión pedagógica de la comunicación, posicionando a quienes participan no solo como emisores de contenidos, sino como sujetos críticos y transformadores.

Finalmente, la realización de entrevistas a referentes de programas con enfoque social enriquece el proceso al incorporar experiencias reales, marcos teóricos aplicados y estrategias prácticas que han demostrado impacto positivo en la promoción de los derechos humanos, la equidad y la justicia comunicativa. Este contacto directo fortalece el vínculo entre la teoría académica y la práctica profesional, y permite resignificar el papel del periodismo en la defensa de lo público y lo común.

En suma, esta metodología no solo articula herramientas técnicas y criterios éticos, sino que se constituye como un dispositivo formativo que promueve una práctica comunicativa crítica, inclusiva y transformadora. Es, por tanto, un modelo coherente con los desafíos de una ciudadanía global mediada por discursos, y con la urgencia de repensar los medios como espacios para el encuentro, la diversidad y la construcción democrática.

3.1.7. Observación Directa de Programas durante las prácticas, se observaron programas como:

- “Esto es lo que hay”
- “A todo volumen”
- “El Informativo”
- “Tenemos que hablar”

La observación directa de dichos programas radiofónicos constituye una herramienta metodológica de gran valor para el análisis reflexivo de las dinámicas comunicativas en contextos reales de producción. Durante el proceso de prácticas, la asistencia activa a programas como “Esto es lo que hay”, “A todo volumen”, “El Informativo” y “Tenemos que hablar” permitió identificar no solo los procedimientos técnicos y narrativos de cada espacio, sino también los enfoques editoriales, las sinergias de equipo y los compromisos éticos que subyacen en cada pieza. Esta metodología favoreció una inmersión crítica que trasciende la simple observación pasiva, al vincular teoría comunicativa y análisis de praxis profesional.

3.1.8. Resultados de la investigación en inforadio

Una de las características más destacadas fue la estructura colaborativa entre los distintos roles implicados en la producción radiofónica: redacción, locución y gestión de redes sociales. Esta articulación evidencia una lógica de trabajo interdisciplinar que responde a las exigencias del ecosistema mediático actual, donde el producto comunicativo ya no es exclusivamente sonoro, sino multiplataforma. Tal coordinación permite una mayor cohesión en el discurso, favoreciendo la continuidad entre lo que se produce en cabina y lo que se proyecta en el entorno digital, ampliando así el alcance y la profundidad del mensaje.

Desde una perspectiva educomunicativa, es relevante señalar que todos los programas observados manifestaron una clara intención de abordar temas sociales desde una mirada crítica. Esta orientación temática se traduce en la elección de contenidos vinculados a problemáticas como la desigualdad, la inclusión, los derechos humanos o la sostenibilidad, y en el uso de recursos discursivos que fomentan el pensamiento reflexivo en la audiencia. Este tipo de enfoque convierte a la radio universitaria en un espacio de formación cívica y de transformación social, al mismo tiempo que fortalece la capacidad de análisis de los estudiantes involucrados en el proceso de observación.

En último lugar, el valor pedagógico de esta metodología radica en su capacidad para poner en evidencia los elementos invisibles del hacer comunicativo: las negociaciones editoriales, la toma de decisiones éticas, la gestión de tiempos y recursos, y el trabajo en equipo. Observar estos aspectos desde dentro permite a la persona en formación adquirir una comprensión integral del medio radiofónico, desarrollar competencias profesionales situadas, y reafirmar el rol del periodismo como un agente activo en la construcción de una ciudadanía crítica, plural y comprometida con los valores democráticos.

3.1.9. Programas con Temática Social

Inforadio ha demostrado un compromiso sólido con la divulgación de contenidos de corte social y ético a través de una programación que aborda activamente problemáticas

vinculadas a la inclusión y los derechos humanos. En particular, programas como “Uno, dois, Troyka”, “Tenemos que hablar”, y “Esto es lo que hay”, evidencian una clara voluntad editorial de tratar temáticas como feminismo, diversidad sexual, migraciones, discapacidad y discursos de odio desde una perspectiva crítica y transformadora. No se trata simplemente de incorporar estos temas como parte de una agenda progresista, sino de analizarlos con profundidad, con sustento informativo y con un enfoque de justicia social.

Cada uno de estos espacios ofrece un tratamiento diferenciado, adaptado a sus estilos y públicos, pero converge en un mismo objetivo: dar visibilidad a colectivos históricamente silenciados y confrontar narrativas hegemónicas que perpetúan la exclusión o el prejuicio.

A través de entrevistas, mesas de diálogo y reportajes especiales, se construyen relatos que aportan pluralidad de voces y contexto a debates que suelen ser tratados de forma superficial en los medios convencionales. Esta mirada crítica no sólo contribuye a la sensibilización de la audiencia, sino también a la formación ética y profesional del estudiantado que participa en su producción. Las entrevistas realizadas a los responsables de estos programas fueron claves para comprender el trasfondo de sus decisiones comunicativas.

Se identificaron procesos de curaduría rigurosos en la elección de temáticas, así como una fuerte preocupación por el enfoque, el lenguaje y la representación. Las personas entrevistadas manifestaron una conciencia clara de su responsabilidad como comunicadores en formación y como parte de un medio universitario que debe posicionarse frente a los desafíos sociales actuales con sensibilidad, rigor y compromiso.

Desde la perspectiva de la educomunicación, esta programación tiene un alto valor formativo. No sólo promueve competencias técnicas (producción, edición, locución), sino que fomenta el desarrollo de habilidades reflexivas, analíticas y éticas, fundamentales para un ejercicio comunicativo verdaderamente transformador. Inforadio, a través de estos programas, se configura como una escuela de pensamiento crítico, de acción comunicativa con impacto social, y de defensa de los derechos humanos a través de la palabra.

3.1.10. Recursos Disponibles

Inforadio cuenta con una infraestructura técnica que permite la profesionalización progresiva del estudiantado implicado en la producción de contenidos. La presencia de estudios de grabación equipados con tecnología profesional, incluyendo mesas de mezcla, micrófonos de alta calidad y cabinas insonorizadas, permite simular las condiciones de trabajo reales de una emisora profesional. Este entorno no sólo facilita

el aprendizaje técnico, sino que introduce a los estudiantes en la lógica de la planificación, los tiempos de producción y la responsabilidad colectiva del medio.

Además, la disponibilidad de equipos de edición sonora y audiovisual, junto con el acceso a software especializado como Audacity y Adobe Premiere, fortalece la adquisición de competencias en el manejo de herramientas digitales de edición. El dominio de estos programas no es un mero complemento, sino una condición básica en el contexto mediático actual, donde la polivalencia técnica se convierte en un rasgo clave para la empleabilidad y la innovación en comunicación.

Otro recurso estratégico es el acceso a plataformas digitales de emisión, que permite a Inforadio tener presencia online y difundir sus contenidos más allá del espacio universitario. La emisión en vivo, la publicación de pódcast, y la interacción a través de redes sociales constituyen hoy prácticas esenciales en la construcción de audiencias y en el mantenimiento de una comunidad activa en torno a la emisora. Esto introduce a los estudiantes en los lenguajes propios del ecosistema digital y les enseña a adaptar los contenidos al medio y al público.

En conjunto, los recursos de Inforadio no sólo posibilitan la producción técnica de calidad, sino que conforman un espacio de aprendizaje práctico, donde lo instrumental está al servicio de objetivos comunicativos, éticos y educativos. Esta articulación entre infraestructura, software y plataformas convierte a la emisora en una herramienta integral de formación profesional, que habilita a las y los estudiantes a experimentar con formatos, narrativas y enfoques sin perder de vista la dimensión humana de la comunicación.

3.1.11 Audiencia objetivo

Inforadio orienta su programación a una audiencia compuesta principalmente por la comunidad universitaria, entendida en un sentido amplio: alumnado, profesorado, personal de administración, e incluso egresados que mantienen vínculos activos con la vida académica. Esta segmentación permite la elaboración de contenidos que dialogan con las inquietudes, valores y preocupaciones propias de los espacios de formación superior, creando un entorno informativo que acompaña los procesos educativos y culturales de la universidad.

Junto a este núcleo central, Inforadio también se dirige de manera estratégica al público juvenil, más allá del campus. Este grupo, con hábitos de consumo digital y necesidades comunicativas específicas, requiere formatos dinámicos, lenguajes accesibles y temáticas relevantes. La emisora ha sabido adaptar su oferta mediante contenidos breves, transmedia y colaborativos que circulan en redes sociales, plataformas de pódcast y espacios interactivos, ampliando así su alcance más allá del formato radiofónico tradicional.

Además, los contenidos producidos están pensados para personas interesadas en temas sociales, inclusivos y de actualidad. Este criterio temático permite conectar con sectores de la sociedad que buscan información crítica, plural y con enfoque de derechos. La inclusión de temáticas como migración, feminismo, ecologismo, diversidad afectivo-sexual y memoria histórica convierte a Inforadio en una alternativa ética frente a la saturación de medios que priorizan el espectáculo por encima de la profundidad.

En resumen, el diseño de la audiencia objetivo no responde a una lógica comercial ni cuantitativa, sino a una misión comunicativa con base en la pertinencia social. Esto reafirma el rol de los medios universitarios como espacios de diálogo democrático, de construcción de ciudadanía activa, y de producción de narrativas alternativas frente a la hegemonía mediática tradicional.

3.1.12. Análisis de la realidad y relevancia temática

Inforadio se consolida como un espacio comunicativo que asume la responsabilidad de interpretar la realidad social desde una mirada crítica y comprometida. Esta función se refleja en la elección de temas que no sólo son actuales, sino que también permiten profundizar en estructuras de poder, relaciones sociales desiguales y procesos de exclusión. Así, el medio universitario se convierte en una plataforma de análisis, denuncia y transformación simbólica.

Los programas producidos evidencian un claro alejamiento del sensacionalismo, evitando caer en la espectacularización del dolor o en el tratamiento superficial de las problemáticas. Por el contrario, los contenidos priorizan el respeto, la veracidad y la representatividad, lo que se traduce en una narrativa que pone en el centro a las personas afectadas, las voces silenciadas y los contextos estructurales que configuran cada situación abordada.

Este enfoque se sustenta en una agenda temática actualizada, que no sólo responde a la coyuntura inmediata, sino que también recoge luchas históricas y reivindicaciones que siguen vigentes. Desde el tratamiento de la violencia de género hasta el análisis de la precariedad juvenil, pasando por debates sobre memoria democrática o derechos de las personas con discapacidad, Inforadio actúa como un observatorio social que refleja y reinterpreta la complejidad del presente.

Por tanto, el análisis de la realidad en Inforadio no es neutral, sino intencionado y formativo. Este posicionamiento responde a una pedagogía crítica, que entiende la comunicación como una herramienta de empoderamiento colectivo y de transformación. El trabajo periodístico que se realiza no es únicamente informativo, sino que también

interpela, moviliza y propone una visión ética de lo que significa narrar lo social desde el espacio universitario.

3.1.13. Reflexión crítica final

Inforadio demuestra que los medios universitarios no deben limitarse a ser meros entornos de práctica técnica, sino que pueden constituirse en verdaderos laboratorios de transformación cultural y social. A través de su funcionamiento, programación y dinámica interna, esta emisora proyecta una visión de la comunicación que supera el modelo transmisivo para adoptar una lógica dialógica, participativa y situada.

Esta reflexión crítica permite afirmar que Inforadio no sólo forma comunicadores en lo técnico, sino también en lo ético y lo político. Se trata de estudiantes que no sólo aprenden a producir y editar, sino que desarrollan conciencia crítica, sensibilidad social y capacidad de agencia frente a los discursos dominantes. Esto los convierte en futuros profesionales capaces de intervenir en los medios con perspectiva inclusiva y responsabilidad social.

Además, el entorno colaborativo y horizontal de la emisora favorece un tipo de aprendizaje vivencial que trasciende las aulas. Las decisiones editoriales, la selección de voces, la representación de las realidades oprimidas y la experimentación de nuevos formatos son procesos que requieren una implicación activa y constante reflexión. En este sentido, Inforadio se convierte en un espacio de subjetivación crítica, donde el rol del comunicador se redefine a partir de la ética del cuidado, la escucha y la justicia narrativa.

Esta dimensión transformadora sitúa a Inforadio como un actor institucional con capacidad de incidencia tanto dentro como fuera de la universidad. Aporta al ecosistema mediático narrativas más justas, amplía las fronteras del conocimiento académico y pone en valor el potencial de la educomunicación como herramienta de cambio social. En definitiva, Inforadio es más que una emisora: es una pedagogía viva de la comunicación crítica.

3.1.14. Proyectos y actividades realizadas

Durante el período de prácticas, se llevaron a cabo una serie de actividades de alto valor formativo que permitieron una aplicación concreta y contextualizada de los aprendizajes previos. La participación directa como locutora en el programa “Uno, dois, Troyka” implicó asumir responsabilidades expresivas, controlar el tiempo en vivo, gestionar la improvisación y trabajar en sinergia con el equipo técnico. Esta experiencia supuso una profundización en el uso de la voz como herramienta narrativa, así como en la importancia de la preparación previa y la escucha activa durante la emisión.

Otro de los hitos significativos fue la producción de una pieza informativa para el programa “Esto es lo que hay”, cuyo enfoque versó sobre un tema de relevancia social. Esta tarea

incluyó desde la investigación inicial y la redacción del guion hasta la edición final y la propuesta de difusión digital. La experiencia puso en práctica no solo habilidades técnicas, sino también la capacidad de discernir el enfoque narrativo más adecuado, priorizando la claridad, la sensibilidad y la contextualización del contenido.

Asimismo, se realizó un trabajo minucioso de revisión y análisis de guiones, tarea que exigió atención crítica al uso del lenguaje inclusivo, al equilibrio de fuentes y a la estructura narrativa. En paralelo, se participó en la edición de piezas para redes sociales, un proceso en el que se exploraron formatos breves, estrategias de impacto visual y lógica algorítmica para aumentar la visibilidad del contenido.

Por último, se llevó a cabo un análisis del impacto digital de las publicaciones, mediante herramientas de monitoreo y métricas. Esta actividad permitió reflexionar sobre la recepción del contenido por parte de la audiencia, identificar patrones de consumo y proponer mejoras. En conjunto, todas estas actividades configuran un recorrido formativo completo, donde se integran los aspectos discursivos, técnicos, éticos y estratégicos de la práctica comunicativa.

3.1.15. Principales resultados y conclusiones de exploración de los contenidos de Inforadio

El proceso de análisis y participación en Inforadio ha permitido constatar la articulación eficaz entre lo formativo, lo ético y lo comunicativo, gracias en gran parte a la coordinación de Lola Rodríguez. Su liderazgo pedagógico favorece un entorno en el que se promueve la autonomía, la responsabilidad y el pensamiento crítico de quienes integran la emisora, dando lugar a una experiencia de aprendizaje holística.

En cuanto a los resultados obtenidos, se observó que los colaboradores técnicos, Pedro Hernández y Manuel Serrano, desempeñan un papel clave en la capacitación técnica y profesional de los estudiantes, acompañando de manera constante los procesos de producción y asegurando que las competencias narrativas y comunicativas se desarrollen en condiciones de calidad profesional. Esta supervisión técnica se combina con un fuerte componente pedagógico orientado a los objetivos de la Facultad: formar comunicadores capaces de ejercer con solvencia técnica, responsabilidad ética y compromiso social.

Los programas analizados en Inforadio reflejan claramente la incorporación de contenidos inclusivos y de carácter social como parte estructural de la parrilla. Temáticas vinculadas a la diversidad cultural, la igualdad de género, la accesibilidad y la denuncia de desigualdades aparecen de manera recurrente, no como un añadido, sino como un criterio editorial prioritario. A ello se suma la atención específica al tratamiento de discursos de odio: los programas no solo evitan su reproducción, sino que generan espacios de reflexión crítica para desmontar prejuicios, ofrecer marcos alternativos y

promover una comunicación responsable.

En este sentido, la emisora cumple un doble rol: es una escuela de saberes técnicos (donde los estudiantes aprenden locución, edición, producción y gestión de redes sociales) y un laboratorio de pensamiento crítico, que fomenta una conciencia ética y valorativa indispensable para ejercer la comunicación desde una perspectiva transformadora. Uno de los hallazgos más significativos es la coherencia entre el discurso institucional de la Facultad y la práctica cotidiana de la emisora. Esta coherencia se materializa en las decisiones editoriales, en la estructura de los programas y en los enfoques narrativos empleados, lo que fortalece la credibilidad y legitimidad de Inforadio como medio universitario.

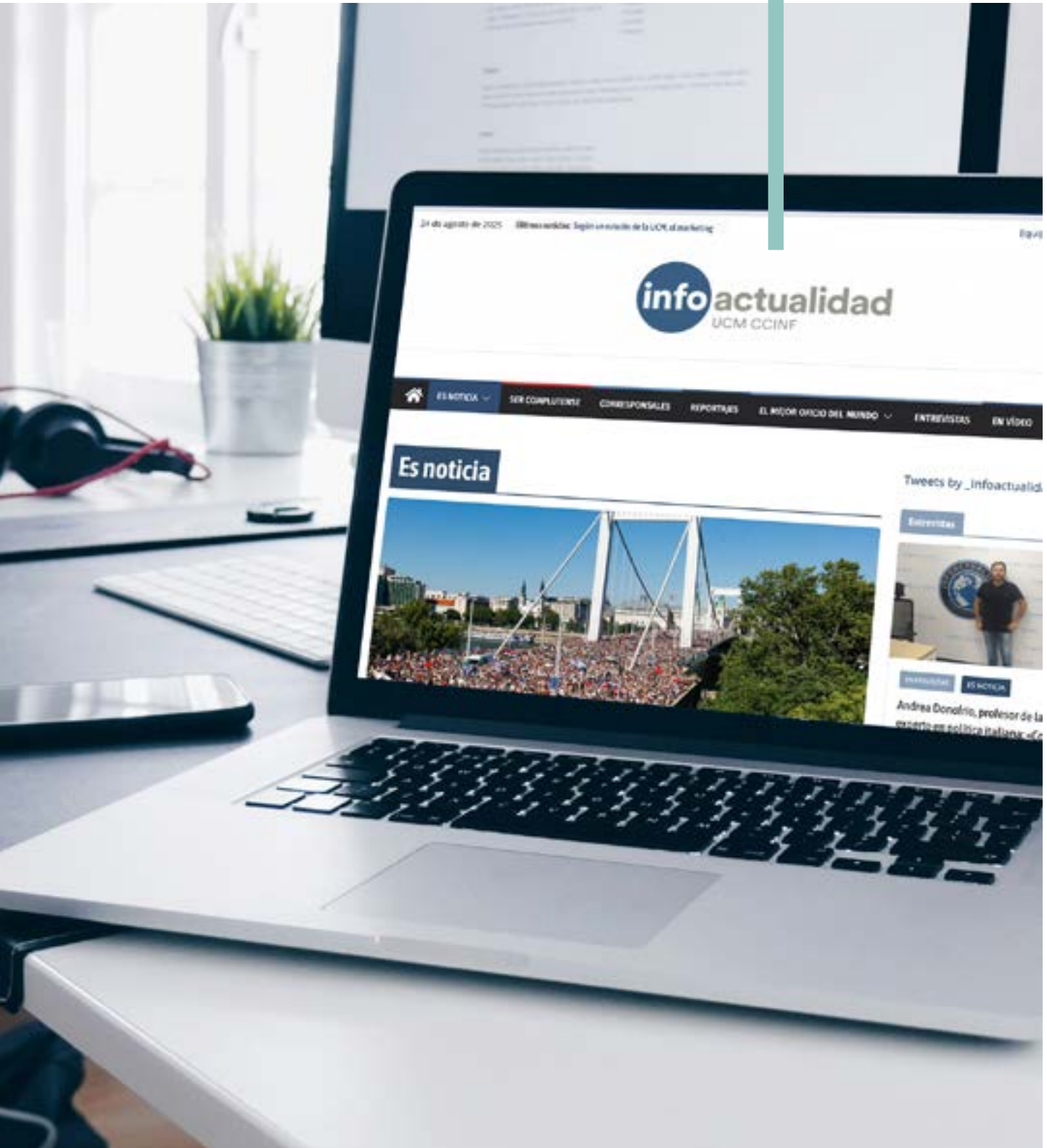
Por último, la estrategia comunicativa digital, basada en la integración de redes sociales y plataformas en línea ha demostrado ampliar el alcance de los contenidos, permitiendo llegar a audiencias diversas y favoreciendo la construcción de una comunidad crítica y participativa. En conclusión, Inforadio puede considerarse un modelo replicable de medio universitario que conjuga formación técnica, compromiso ético y transformación social, convirtiéndose en un espacio de referencia para la formación integral de futuros profesionales de la comunicación.

3.1.16. Bibliografía recomendada

Para continuar profundizando en los marcos teóricos que sustentan esta experiencia educomunicativa, se proponen las siguientes referencias bibliográficas esenciales que constituyen una base sólida para futuras ampliaciones del trabajo, análisis de impacto social de los medios educativos y desarrollo de propuestas de innovación comunicativa desde una perspectiva crítica y transformadora:

- Ferrés, J. (2008). La educación en medios de comunicación. Esta obra proporciona un marco conceptual claro sobre la importancia de la alfabetización mediática en contextos educativos, así como herramientas para el análisis crítico de los medios desde una perspectiva pedagógica.
- Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones. Un texto clave que permite comprender la comunicación como un proceso cultural, mediado por prácticas sociales y estructuras de poder. Su enfoque interdisciplinar es fundamental para analizar el rol de los medios universitarios en la construcción de sentido.
- Fraser, N. (2000). La justicia social en la era global. Aporta una reflexión sobre el reconocimiento, la redistribución y la representación como ejes de justicia social. Su inclusión permite sustentar teóricamente el compromiso de Inforadio con la diversidad, la igualdad y la inclusión en la esfera pública.

3.2 Infoactualidad



3.2.1. Coordinación y Estructura Organizativa

Infoactualidad es un medio digital universitario gestionado desde la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Su coordinación está a cargo de la profesora Montse Mera Fernández, periodista y docente con una trayectoria consolidada tanto en medios profesionales como en espacios de formación superior. Bajo su dirección, Infoactualidad opera con una estructura jerárquica flexible, donde la distribución de responsabilidades se adapta a los perfiles y objetivos formativos de cada integrante.

El equipo se organiza en varias secciones funcionales: redacción general, edición, redes sociales, fotografía y video, además de coordinación editorial. Estas áreas trabajan de manera interdependiente, asegurando la cobertura integral de los temas propuestos. Este esquema favorece una dinámica de trabajo cooperativo, permitiendo que los estudiantes adquieran experiencia real en distintos roles profesionales dentro del periodismo digital.

El modelo organizativo de Infoactualidad está diseñado para integrar objetivos pedagógicos y de producción. La dirección no solo supervisa los contenidos, sino que también fomenta la reflexión crítica sobre el proceso informativo, promoviendo un aprendizaje activo basado en la praxis comunicativa. Esto convierte a la redacción en un entorno de experimentación profesional bajo tutela académica.

3.2.2. Participantes e Integrantes del Departamento

El equipo humano de Infoactualidad es uno de sus principales activos. Se compone de estudiantes en prácticas procedentes de los grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual, quienes encuentran aquí un espacio de aplicación real de sus conocimientos académicos. A ello se suman becarios especializados en tareas técnicas, como la edición de video y la gestión de redes sociales, que aportan continuidad y experticia a la producción diaria.

Exalumnos que cursan estudios de posgrado también participan en calidad de colaboradores, ofreciendo una visión intermedia entre la formación de grado y el ejercicio profesional. Este enfoque intergeneracional refuerza el aprendizaje colectivo y potencia el trabajo transversal entre distintos niveles de formación. El equipo se completa con la participación activa de profesorado del área de Comunicación, que actúa como tutor académico y garantiza el cumplimiento de los estándares éticos y deontológicos del periodismo.

Las reuniones editoriales son espacios clave en la dinámica del equipo. En ellas se plantean líneas de cobertura, se asignan tareas y se revisan los trabajos publicados. Este ejercicio de rendición y retroalimentación genera una cultura organizacional basada en el aprendizaje continuo, la responsabilidad compartida y la excelencia profesional.

3.2.3. Objetivos dentro de la Facultad

La misión de Infoactualidad es doble: por un lado, formar periodistas capaces de enfrentar los retos del ecosistema mediático digital con solvencia técnica y sentido ético; por otro, consolidarse como un canal informativo referente dentro de la comunidad universitaria. Esta doble función le confiere un valor estructural dentro de la Facultad de Ciencias de la Información, en tanto articula formación y servicio público.

Como herramienta educativa, Infoactualidad ofrece un entorno de aprendizaje basado en la acción, donde los estudiantes se enfrentan a la rutina profesional de un medio informativo. Desde la elaboración de notas de prensa hasta la cobertura en directo de eventos, cada actividad representa una oportunidad para aplicar técnicas narrativas, criterios de selección informativa y ética periodística.

En su faceta comunicativa, Infoactualidad actúa como altavoz de las actividades académicas, culturales y sociales que tienen lugar dentro y fuera del campus. Su labor contribuye a visibilizar el dinamismo universitario, reforzar el sentido de pertenencia institucional y fomentar el pensamiento crítico entre estudiantes y docentes.

3.2.4. Funciones que realiza

Infoactualidad desarrolla una amplia gama de funciones que cubren todos los aspectos del quehacer periodístico. Entre ellas se incluyen la redacción de noticias y reportajes, la realización de entrevistas, la elaboración de crónicas culturales y la cobertura en directo de acontecimientos relevantes, tanto dentro como fuera del entorno universitario.

A estas funciones se suma el trabajo de edición y adaptación de contenidos al entorno digital. La plataforma WordPress permite una publicación eficiente y versátil, integrando textos, imágenes, videos y enlaces interactivos. Además, el uso de herramientas multimedia favorece la producción de contenidos enriquecidos que se ajustan a los nuevos hábitos de consumo informativo.

Otro aspecto fundamental es la función formativa. Infoactualidad es un espacio donde los estudiantes adquieren competencias digitales, como el uso de software de edición audiovisual, el análisis de audiencias o la redacción SEO. Estas habilidades resultan imprescindibles en el mercado laboral contemporáneo y refuerzan el perfil profesional

de los egresados.

En definitiva, Infoactualidad se concibe también como un espacio de pensamiento crítico. Los contenidos publicados no solo informan, sino que invitan a reflexionar sobre cuestiones sociales, culturales y políticas, cumpliendo así una función educativa en el sentido más amplio del término.

3.2.5. Representación Mediática y Uso de Redes Sociales

La representación de Infoactualidad en el ecosistema digital se apoya en una estrategia multicanal que combina su página web con una presencia activa en redes sociales. El sitio oficial actúa como repositorio principal de contenidos, categorizados en secciones temáticas que permiten una navegación intuitiva y accesible.

En paralelo, las redes sociales como X (antes Twitter), Instagram y Facebook funcionan como canales de difusión y retroalimentación directa con el público. Estas plataformas permiten incrementar el alcance de los contenidos, generar comunidad y medir el impacto a través de métricas de interacción. Además, posibilitan la cobertura en tiempo real de eventos, ampliando la inmediatez informativa.

La participación de Infoactualidad en congresos, seminarios y actividades interuniversitarias también refuerza su imagen como medio activo y comprometido. Estos espacios permiten difundir sus proyectos, establecer redes de colaboración y posicionarse en el panorama de medios universitarios a nivel nacional e internacional. Gracias a esta estrategia comunicativa integrada, Infoactualidad consigue una proyección que trasciende el ámbito estrictamente académico, posicionándose como un referente del periodismo universitario contemporáneo.

3.2.6. Metodología de inclusión, diversidad y tratamiento de discursos de odio

La metodología adoptada por Infoactualidad para abordar la inclusión, la diversidad y el tratamiento ético de los discursos de odio responde a una línea editorial comprometida con los derechos humanos y el enfoque educomunicativo. Este enfoque se construye desde una visión crítica del periodismo universitario, que no solo informa, sino que educa, visibiliza y transforma. La inclusión no se concibe como una estrategia superficial, sino como un pilar transversal que atraviesa todas las fases del trabajo periodístico: desde la planificación temática hasta la producción, edición, difusión y evaluación del contenido publicado.

En primer lugar, se promueve la inclusión de voces diversas en los contenidos informativos. Esto implica no solo dar espacio a representantes de colectivos históricamente invisibilizados —como personas migrantes, mujeres, personas con discapacidad, comunidad LGTBIQ+, entre otros— sino también garantizar que estos discursos sean contextualizados y respetados desde una mirada no exotizante ni asistencialista. Esta práctica se traduce en entrevistas con enfoque interseccional, cobertura de eventos alternativos y reportajes de largo aliento que dan protagonismo a sujetos colectivos y no a discursos hegemónicos.

En segundo lugar, la perspectiva de género se incorpora de manera sistemática en las entrevistas, análisis y redacción de textos. Esto se manifiesta en el uso de lenguaje no sexista, la selección equitativa de fuentes y la revisión crítica de los estereotipos de género presentes en los temas tratados. Los estudiantes en prácticas son formados para identificar sesgos inconscientes y reflexionar sobre el papel del periodismo en la reproducción de las desigualdades. Este ejercicio formativo se articula mediante talleres internos, tutorías y retroalimentación editorial continua.

En tercer lugar, Infoactualidad aborda los discursos de odio con una lógica preventiva, analítica y ética. No se trata únicamente de denunciar mensajes discriminatorios, sino de ofrecer marcos interpretativos que ayuden a la audiencia a comprender sus causas estructurales. En este sentido, se utilizan herramientas como el análisis crítico del discurso, el fact-checking de narrativas falsas y la producción de contenido que promueva la empatía y el pensamiento crítico. Además, se establece una política editorial clara sobre qué contenidos no se publican por incitación al odio, así como criterios de moderación en los espacios digitales.

Finalmente, la metodología se consolida en la producción de contenidos colaborativos con enfoque social, donde los estudiantes trabajan en equipo para idear, desarrollar y revisar piezas periodísticas que reflejen la complejidad del entorno social. Este trabajo se realiza bajo la supervisión docente, lo cual garantiza tanto el aprendizaje como la calidad informativa. La evaluación de los contenidos se realiza en función de su impacto comunicativo, su pertinencia temática y su coherencia con los principios éticos del medio.

3.2.7. Comunicación interna y colaboración entre miembros

La comunicación interna en Infoactualidad está diseñada para ser fluida, horizontal y eficiente, favoreciendo una cultura de trabajo colaborativa y democrática. Esta dinámica se logra mediante reuniones periódicas presenciales, donde se discuten líneas temáticas, se distribuyen tareas y se analizan los avances. Estos encuentros, además de operativos, tienen un fuerte componente formativo, ya que permiten a los estudiantes

comprender el funcionamiento interno de una redacción y participar activamente en la toma de decisiones.

Además de las reuniones presenciales, el equipo hace uso de herramientas digitales para la coordinación cotidiana, como Google Drive para el almacenamiento y edición compartida de documentos, WhatsApp para la comunicación instantánea, y el correo institucional para las comunicaciones formales. Esta combinación de plataformas permite mantener una comunicación constante y organizada, respetando los tiempos y ritmos de trabajo de los estudiantes.

Un aspecto destacado del modelo de colaboración es la relación cercana entre los estudiantes y la profesora encargada, Montse Mera Fernández, quien realiza un acompañamiento constante, tanto en lo técnico como en lo ético y profesional. Esta figura docente no actúa solo como supervisora, sino como mentora, guiando el proceso de aprendizaje desde la escucha activa y la crítica constructiva. Se fomenta así una cultura de retroalimentación continua, donde el error es visto como una oportunidad de mejora.

El trabajo colaborativo se manifiesta también en la producción de contenidos. Los estudiantes suelen organizarse en pequeños equipos con roles diferenciados —redactor, editor, fotógrafo, responsable de redes—, lo que simula la estructura de una redacción profesional. Esta estrategia favorece el desarrollo de competencias comunicativas, organizativas y sociales fundamentales para el ejercicio periodístico contemporáneo.

3.2.8. Espacio Físico y Recursos Disponibles

Infoactualidad dispone de un espacio físico propio dentro de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Este entorno está equipado con ordenadores de última generación, conexión a internet de alta velocidad y software especializado en edición de texto, imagen y vídeo, lo cual permite desarrollar proyectos periodísticos de calidad en condiciones técnicas óptimas.

La redacción también cuenta con cámaras réflex digitales, grabadoras de audio, micrófonos profesionales y teléfonos móviles con capacidad para grabación en campo, lo que posibilita la cobertura de eventos tanto dentro como fuera del campus universitario. Estos recursos permiten que los estudiantes adquieran experiencia en la recolección de información en entornos reales, enfrentándose a los desafíos logísticos y narrativos propios del periodismo de calle.

El entorno digital de Infoactualidad se articula principalmente a través de la plataforma

WordPress, desde la cual se gestiona la publicación de noticias, reportajes y entrevistas. Esta herramienta facilita la edición y maquetación de contenidos, así como su integración con redes sociales y sistemas de analítica web, permitiendo un seguimiento detallado del impacto y la difusión de cada publicación.

Además de los recursos técnicos, Infoactualidad cuenta con el respaldo académico de la Facultad. Esto incluye el acceso a aulas especializadas en medios de comunicación, bibliografía actualizada sobre periodismo y comunicación, y el acompañamiento de docentes que actúan como tutores temáticos. Este ecosistema contribuye al fortalecimiento de una experiencia de aprendizaje integral, en la que la teoría y la práctica se articulan de forma coherente y significativa.

3.2.9. Audiencia y línea editorial

La audiencia de Infoactualidad es diversa, aunque con una orientación específica hacia la comunidad universitaria. Sus publicaciones están especialmente dirigidas a estudiantes de grado, máster y doctorado de la Universidad Complutense, así como a profesorado y personal académico interesado en las tendencias del periodismo, la comunicación social y la transformación digital. Además, el medio ha logrado extender su alcance hacia la comunidad académica nacional e internacional, así como hacia jóvenes periodistas y público general con interés en los medios universitarios.

La línea editorial que rige las publicaciones de Infoactualidad se fundamenta en una visión crítica de la realidad, que combina el rigor académico con un fuerte compromiso social. El medio se propone como un espacio de reflexión, análisis y divulgación, en el que las temáticas se abordan desde una perspectiva multidisciplinar e inclusiva. La selección de contenidos responde a criterios de relevancia social, actualidad, interés formativo y diversidad de enfoques.

Este enfoque se refleja en la producción de piezas que no solo informan, sino que generan debate, cuestionan estructuras y visibilizan problemáticas emergentes. El objetivo es ofrecer al lector una mirada amplia, contextualizada y fundamentada, que le permita comprender la complejidad del entorno contemporáneo. La ética, la responsabilidad social y la vocación de servicio público son valores centrales en cada una de las publicaciones.

3.2.10 Ejemplo de Análisis de la Realidad y Contenido Publicado

Durante la estancia en Infoactualidad se analizaron diversas piezas que ilustran el enfoque crítico, pedagógico y transformador del medio. Entre los trabajos más destacados figuran los reportajes sobre salud mental estudiantil en el contexto post-

pandemia, que abordaron el impacto emocional del aislamiento, el estrés académico y las barreras de acceso a los servicios de apoyo psicológico. Estas investigaciones incluyeron entrevistas a profesionales, testimonios de estudiantes y revisión de políticas institucionales.

Otro ejemplo significativo fueron las crónicas sobre manifestaciones feministas y movimientos estudiantiles. Estas piezas ofrecieron una cobertura en profundidad de las demandas, contextos y expresiones culturales de dichos movimientos, desde una perspectiva que respeta la autonomía de los actores sociales y visibiliza sus propuestas. El trabajo periodístico se enfocó en construir narrativas inclusivas, documentadas y alejadas del sensacionalismo.

De igual modo, las entrevistas a exalumnos que desarrollan proyectos profesionales vinculados a los medios sirvieron como inspiración y orientación para los estudiantes en formación. Estos relatos permitieron explorar trayectorias laborales, experiencias de emprendimiento y reflexiones sobre el rol del periodista en la sociedad contemporánea. La diversidad de perfiles entrevistados enriqueció el panorama profesional que Infoactualidad ofrece a su audiencia.

3.2.11. Proyectos y actividades desarrolladas

A lo largo del curso académico, Infoactualidad ha desarrollado una variedad de proyectos y actividades que reflejan su compromiso con la formación de periodistas integrales y con el abordaje de temas de alta relevancia social. Estas acciones incluyen tanto iniciativas curriculares como extracurriculares, en las que los estudiantes tienen un rol activo desde la concepción hasta la ejecución.

Entre las actividades más relevantes se encuentran los talleres de redacción periodística, donde los estudiantes reciben formación específica en géneros informativos, estilos narrativos, verificación de datos y ética periodística. Estos talleres combinan sesiones teóricas con ejercicios prácticos y correcciones individualizadas, fomentando la mejora continua de las competencias comunicativas.

La cobertura de eventos institucionales, como las elecciones al claustro universitario, constituye otro eje fundamental del trabajo del medio. A través de estas experiencias, los estudiantes aprenden a cubrir información de actualidad, a contrastar fuentes, a realizar entrevistas breves y a elaborar piezas en tiempos ajustados, reproduciendo el ritmo de trabajo de una redacción profesional.

Asimismo, Infoactualidad ha impulsado reportajes temáticos sobre inclusión, feminismo, salud mental y derechos estudiantiles. Estas piezas, desarrolladas con rigor metodológico y sensibilidad social, permiten a los estudiantes investigar en profundidad y dialogar con actores diversos, reforzando su capacidad analítica y su empatía periodística.

Finalmente, cabe destacar la realización de entrevistas a alumnos, egresados y figuras del ámbito académico y comunicativo. Estas entrevistas no solo enriquecen el contenido del medio, sino que permiten establecer vínculos intergeneracionales y profesionales, construyendo redes de colaboración que trascienden el espacio universitario inmediato.

3.2.12. Principales resultados y conclusiones de exploración de los contenidos de Inforadio

El análisis y la participación en Infoactualidad han permitido comprobar cómo sus objetivos fundacionales, formar periodistas capaces de desenvolverse en el ecosistema digital con rigor técnico y ético, y con-solidarse como un canal informativo de referencia dentro de la comu-nidad universitaria, se cumplen de manera efectiva a través de su prác-tica diaria.

En primer lugar, desde la dimensión formativa, Infoactualidad se configura como un espacio de aprendizaje situado, donde los estudiantes asumen rutinas profesionales propias de un medio digital real. La co-bertura de eventos, la elaboración de crónicas y la producción de con-tenidos multimedia facilitan la adquisición de competencias narrativas, la selección informativa con criterios de relevancia social y el ejercicio de una ética periodística comprometida con la veracidad y la pluralidad.

En segundo lugar, desde su función comunicativa, Infoactualidad trasciende el mero papel de altavoz de la vida universitaria para conver-tirse en un medio inclusivo y socialmente responsable. Los programas y piezas analizadas ponen de relieve una clara apuesta editorial por la di-versidad: la representación de voces femeninas, la visibilización de co-lectivos minoritarios y la atención a temáticas como la igualdad de género, la sostenibilidad o la accesibilidad.

Asimismo, se observa un tratamiento consciente frente a los discursos de odio. Las noticias y coberturas no solo evitan reproducir narrativas discriminatorias, sino que promueven activamente enfoques alternati-vos basados en el respeto, la tolerancia y el diálogo. Esta actitud convierte a Infoactualidad en un laboratorio de buenas prácticas periodísticas, donde el ejercicio profesional se articula con un compromiso cívico claro.

El impacto de esta orientación se refleja en la coherencia entre la misión institucional de la Facultad y la praxis cotidiana de los estudiantes: se forman profesionales competentes en lo técnico, pero también ciuda-danos críticos, capaces de interpretar los fenómenos

sociales y de intervenir en ellos desde la comunicación responsable.

En consecuencia, Infoactualidad se consolida no solo como un espacio formativo de excelencia, sino también como una plataforma de transformación social, que contribuye a la construcción de un periodismo universitario más plural, ético e inclusivo. Su capacidad para proyectar estas dinámicas más allá del campus, hacia otras universidades y entornos profesionales, refuerza su legitimidad y lo convierte en un modelo replicable dentro del ámbito académico y mediático.

3.2.13. Bibliografía recomendada

Una alternativa que se ofrece para conocer porqué Infoactualidad representa un laboratorio de periodismo universitario donde la práctica periodística se articula con el compromiso social y la innovación digital es a partir de las siguientes referencias bibliográficas para comprender su rol como medio informativo universitario que permite a los estudiantes enfrentarse a rutinas propias de la profesión en un entorno real, desarrollando competencias narrativas y técnicas, a la vez que adquieren una conciencia ética en la construcción de noticias:

- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). Los elementos del periodismo. Aguilar.
- McNair, B. (2018). An introduction to political communication (6.ª ed.). Routledge.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Eunsa.
- Tejedor, S., Cervi, L., & Tusa, F. (2020). Periodismo universitario y sociedad digital: Innovación y retos en la formación. Comunicación y Sociedad, 33(1), 1-18. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020i0.7615>

3.3 Videofactoría



3.3.1 Coordinación y Estructura Organizativa

Videofactoría se configura como un espacio de producción audiovisual ubicado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Bajo la coordinación del profesor Daniel Aparicio González, este proyecto se erige como una plataforma formativa orientada a la práctica intensiva del lenguaje audiovisual con fines sociales. No se trata solo de un taller técnico, sino de un verdadero laboratorio creativo en el que convergen pedagogía, innovación y pensamiento crítico.

La estructura organizativa de Videofactoría está diseñada para favorecer la participación activa de los estudiantes en todo el proceso de producción. Esto incluye desde la conceptualización de las ideas hasta la grabación, edición y presentación de los proyectos. La dinámica interna está basada en la colaboración, el aprendizaje colectivo y la experimentación responsable. Esta metodología permite a los participantes adquirir competencias técnicas y narrativas, al mismo tiempo que reflexionan sobre su papel como comunicadores sociales.

El proyecto pone un fuerte énfasis en el uso de dispositivos móviles como herramienta de creación, desmitificando la idea de que se requieren grandes recursos para producir contenido de calidad. Esta decisión responde no solo a criterios de accesibilidad, sino también a una lógica contemporánea de comunicación digital, en la que la inmediatez y la creatividad se imponen como valores centrales. De esta forma, se enseña a los estudiantes a contar historias relevantes utilizando los recursos disponibles de forma ética y eficiente.

Asimismo, Videofactoría promueve una mirada crítica sobre las problemáticas sociales abordadas en los trabajos audiovisuales. Se estimula a los estudiantes a construir narrativas inclusivas, sensibles y contextualizadas, alejadas de estereotipos y sensacionalismos. La producción no se entiende como un fin en sí mismo, sino como un medio para contribuir al debate público, la transformación social y el fortalecimiento de una ciudadanía activa.

Participantes e Integrantes del Departamento.

El equipo humano que conforma Videofactoría es diverso y enriquecedor, lo que refuerza su carácter multidisciplinar y formativo. La coordinación está a cargo del profesor Daniel Aparicio González, quien además de ejercer funciones organizativas, desarrolla una labor pedagógica constante. Su papel es clave para orientar a los estudiantes tanto en aspectos técnicos como en la construcción de discursos visuales con compromiso social.

3.3.2 Objetivo Institucional y académico

El principal objetivo de Videofactoría es formar a los estudiantes en el ámbito de la producción audiovisual desde una perspectiva crítica, inclusiva y comprometida. La iniciativa busca no solo enseñar habilidades técnicas, sino también fomentar una conciencia ética sobre el poder de la imagen y la responsabilidad social del narrador audiovisual. En este sentido, se convierte en una herramienta de educomunicación orientada al cambio social.

La dimensión institucional del proyecto se alinea con los valores de la Universidad Complutense y de la Facultad de Ciencias de la Información: promover una educación integral, crítica y orientada a la transformación. Videofactoría responde a estos principios al integrar prácticas formativas que trascienden la técnica y conectan con debates contemporáneos sobre comunicación, cultura y derechos humanos.

Desde el punto de vista académico, Videofactoría ofrece un espacio donde los estudiantes pueden aplicar los conocimientos teóricos en contextos reales de producción. Esta articulación entre teoría y práctica es fundamental para consolidar competencias profesionales, fomentar la creatividad y reforzar la capacidad analítica. El trabajo en proyectos concretos permite desarrollar habilidades como la planificación narrativa, la dirección de producción, el trabajo en equipo y la resolución de problemas técnicos.

Asimismo, el proyecto promueve activamente valores como la inclusión, la diversidad y la justicia social. Estos principios no son solo temáticas a abordar, sino también criterios transversales que guían el desarrollo de cada producción. Se espera que los estudiantes cuestionen estereotipos, representen identidades marginadas y generen discursos visuales empáticos y transformadores. De esta forma, Videofactoría no solo enseña a grabar y editar, sino también a pensar y comunicar de manera responsable.

3.3.3 Funciones y Actividades Principales

Las actividades desarrolladas en el marco de Videofactoría están orientadas a brindar una experiencia formativa completa, que combina conocimientos teóricos con ejercicios prácticos. Entre las funciones centrales del proyecto se encuentran las clases sobre teoría del documental, la enseñanza de técnicas de grabación y edición con móviles, y el análisis crítico de producciones audiovisuales con contenido social.

Una parte fundamental de las sesiones consiste en la grabación de entrevistas audiovisuales, donde los estudiantes ponen en práctica los conocimientos adquiridos

en la selección de planos, el uso del sonido, la iluminación y la narrativa visual. Estas entrevistas sirven como base para la elaboración de cortometrajes o documentales breves que abordan temáticas de interés social y universitario. La práctica intensiva permite mejorar las competencias técnicas y reforzar la seguridad creativa del alumnado.

Otro componente importante es la creación de contenidos audiovisuales originales, diseñados por los propios estudiantes. Estos proyectos permiten la experimentación con distintos formatos, estilos narrativos y enfoques temáticos. Los temas abordados suelen girar en torno a la identidad, la diversidad cultural, los derechos humanos y los desafíos sociales contemporáneos, lo que favorece un aprendizaje significativo y contextualizado.

Finalmente, las producciones estudiantiles se presentan en una sala de proyección habilitada en la Facultad, donde se realiza una puesta en común y un debate crítico colectivo. Esta instancia no solo permite visibilizar el trabajo realizado, sino también fomentar la autoevaluación y el aprendizaje colaborativo. A través del análisis de fortalezas, debilidades y áreas de mejora, los estudiantes consolidan su criterio profesional y su capacidad para recibir y ofrecer retroalimentación constructiva.

3.3.4 Representación Mediática y Uso de Redes Sociales

Videofactoría ha desarrollado una estrategia comunicativa que permite visibilizar sus contenidos más allá del ámbito académico. Las proyecciones internas en la Facultad de Ciencias de la Información son el primer paso para dar a conocer las producciones estudiantiles. Estas presentaciones permiten generar un espacio de intercambio entre docentes, estudiantes y el público universitario en general, promoviendo el diálogo sobre los temas tratados.

La difusión digital a través de redes sociales como Instagram, YouTube, X (antes Twitter) y Facebook, ha demostrado ser fundamental para ampliar el alcance del proyecto. Estas plataformas permiten compartir los cortometrajes y documentales con audiencias más amplias, generando interacción y visibilidad para las temáticas abordadas. El lenguaje adaptado a cada red social favorece la conexión con públicos jóvenes, habituados al consumo de contenidos breves y audiovisuales.

Además, la participación en festivales universitarios de cine y muestras audiovisuales ofrece a los estudiantes la posibilidad de proyectar sus trabajos en espacios profesionales y recibir retroalimentación externa. Esta dimensión no solo refuerza el perfil académico del proyecto, sino que motiva a los estudiantes a mantener estándares altos de calidad y compromiso.

La colaboración con otras instituciones, tanto dentro como fuera del ámbito universitario, ha sido otra vía de proyección importante. Algunos documentales se han integrado en publicaciones académicas o se han utilizado en campañas de concienciación promovidas por organizaciones sociales. Estas alianzas fortalecen el papel de Videofactoría como agente de cambio dentro y fuera del campus.

Por último, la representación mediática también cumple una función pedagógica, ya que permite a los estudiantes comprender los procesos de difusión, posicionamiento y recepción de sus producciones. Este aprendizaje sobre la circulación de contenidos en entornos digitales es clave en el contexto actual de la comunicación globalizada.

3.3.5. Metodología para el Tratamiento de Inclusión, Diversidad y Discursos de Odio

Uno de los pilares metodológicos de Videofactoría es su enfoque inclusivo y ético en el tratamiento de los contenidos. Desde la fase de planificación de los proyectos se promueve la selección de temáticas centradas en colectivos vulnerables, cuestiones de género, diversidad cultural y migración. Esta elección no es casual, sino el resultado de una pedagogía crítica que entiende la comunicación como una herramienta de transformación social.

Se fomenta la construcción de narrativas inclusivas que huyan de los estereotipos y representaciones estigmatizantes. Los estudiantes son guiados para analizar críticamente las formas en que los medios han representado históricamente a ciertos grupos y para generar discursos visuales alternativos que recuperen la voz y dignidad de estos colectivos.

El tratamiento de la imagen se realiza de manera ética, asegurando el consentimiento informado de las personas participantes en las grabaciones. Este aspecto es fundamental para garantizar el respeto a la integridad de los sujetos retratados y para formar comunicadores sensibles a las implicaciones legales y morales de su trabajo.

Además, se desarrollan espacios de reflexión grupal donde se debate el impacto social de los documentales producidos. Estas discusiones permiten que los estudiantes tomen conciencia del poder de sus narrativas y de su responsabilidad como emisores de mensajes en una sociedad diversa y compleja.

En este contexto, la metodología utilizada no solo enseña a producir audiovisuales técnicamente correctos, sino también a construir relatos responsables, empáticos y con capacidad transformadora. Esta perspectiva humanista es la que convierte a Videofactoría en una experiencia educativa profundamente significativa.

3.3.6 Comunicación Interna entre Miembros

La comunicación interna en Videofactoría está estructurada de forma ágil y colaborativa. Las clases presenciales coordinadas por el profesor Daniel Aparicio permiten establecer una base común de conocimientos y coordinar el desarrollo de los proyectos en tiempo real. Estas sesiones funcionan como espacios de aprendizaje y planificación simultáneamente.

Asimismo, se organizan reuniones de equipo específicas para discutir el avance de las producciones, resolver dificultades técnicas o narrativas y establecer cronogramas de trabajo. Estas reuniones fortalecen la cohesión grupal y fomentan el compromiso colectivo con los objetivos del proyecto.

El uso de herramientas digitales, como grupos de mensajería y correo electrónico, facilita la comunicación constante entre los integrantes, permitiendo compartir ideas, materiales audiovisuales y realizar correcciones a distancia. Esta modalidad híbrida combina la riqueza del contacto presencial con la eficiencia de la conectividad digital.

Fuera del aula, también se generan dinámicas colaborativas informales que enriquecen el trabajo en equipo y refuerzan la confianza entre los miembros. El compañerismo y la horizontalidad en las relaciones interpersonales son factores clave en el éxito del proyecto.

En suma, la estructura comunicativa de Videofactoría permite que todos los miembros estén informados, motivados y comprometidos, generando un ambiente de aprendizaje participativo y abierto.

3.3.7 Espacios y recursos

Videofactoría cuenta con una infraestructura básica pero funcional que permite el desarrollo de sus actividades. Las aulas audiovisuales de la Facultad proporcionan el entorno adecuado para impartir clases teóricas y realizar sesiones prácticas. Estas aulas están equipadas con proyectores, ordenadores y acceso a internet, lo que facilita el análisis colectivo de los materiales audiovisuales.

La sala de proyección cumple un rol fundamental en el proceso de evaluación y visibilización de los trabajos estudiantiles. Funciona como un espacio donde los estudiant

es presentan sus proyectos y reciben comentarios tanto del profesorado como de sus compañeros, en un ejercicio de crítica constructiva que potencia el aprendizaje.

Uno de los aspectos más innovadores del proyecto es el uso de dispositivos móviles como principal herramienta de grabación. Esta elección no solo responde a criterios de accesibilidad económica, sino que también conecta con las tendencias actuales del audiovisual digital, donde la espontaneidad y portabilidad son esenciales.

Para la edición de los contenidos, se recurre a software gratuito o de bajo coste como CapCut, InShot o Adobe Premiere Rush, lo que permite democratizar el acceso a la postproducción. Además, el profesorado brinda asesoramiento técnico permanente, ayudando a resolver dudas y optimizar el uso de estas herramientas.

Esta combinación de recursos accesibles y acompañamiento docente configura un entorno de aprendizaje flexible, creativo y adaptado a las posibilidades reales del estudiantado.

3.3.8 Proyectos y Actividades

Los proyectos desarrollados en Videofactoría se caracterizan por su enfoque social, su originalidad y su compromiso ético. Uno de los formatos más habituales es la serie de entrevistas estudiantiles grabadas con móviles, en las que se abordan temas como la identidad de género, la inmigración, la salud mental o la precariedad laboral juvenil.

Estas entrevistas no solo permiten practicar técnicas audiovisuales, sino también visibilizar testimonios y realidades que rara vez ocupan espacios en los medios tradicionales. De esta forma, los estudiantes se convierten en mediadores entre las experiencias individuales y la esfera pública.

Además, se realizan visualizaciones colectivas y análisis crítico de documentales seleccionados por su valor pedagógico y temático. Estas sesiones fomentan la reflexión sobre los formatos narrativos, las estrategias de representación y el tratamiento ético de los sujetos retratados.

Entre las producciones más destacadas se encuentran cortometrajes centrados en los derechos humanos, que combinan investigación, guion, grabación y edición en un proceso completo de creación. Estos proyectos permiten aplicar integralmente los conocimientos adquiridos y explorar el potencial del audiovisual como forma de intervención social. Estas actividades no solo fortalecen las competencias profesionales del alumnado, sino que también consolidan una cultura de producción audiovisual

comprometida, crítica y solidaria.

3.3.9 Audiencia Objetivo y Análisis de la Realidad Social

Las producciones de Videofactoría están dirigidas a una audiencia diversa, aunque con especial énfasis en la comunidad universitaria. Estudiantes, docentes y personal de la Universidad Complutense conforman el núcleo principal del público, lo que permite generar un impacto directo en el entorno académico inmediato.

Además, se busca conectar con un público joven más amplio, interesado en el audiovisual con enfoque social. Esta conexión se fortalece gracias al uso de redes sociales y plataformas digitales, que permiten alcanzar a audiencias fuera del campus y fomentar la viralización de los contenidos.

Una parte fundamental de la estrategia comunicativa de Videofactoría consiste en llegar también a los colectivos sociales representados en los documentales. Este retorno a las comunidades narradas genera un vínculo ético y una validación del trabajo realizado desde una perspectiva de respeto y reciprocidad.

En cuanto al análisis de la realidad, los proyectos se centran en temáticas de actualidad tratadas desde un enfoque humano y plural. Problemas como la desigualdad, la discriminación, la exclusión o la violencia simbólica son abordados a partir de testimonios directos y narrativas participativas que dan voz a quienes suelen ser silenciados.

La mirada crítica que caracteriza a Videofactoría permite construir contenidos con profundidad analítica y sensibilidad social, fomentando una comunicación responsable, formativa y transformadora.

3.3.10. Principales resultados y conclusiones de exploración de los contenidos de Inforadio

El análisis de Videofactoría evidencia una correspondencia directa entre sus objetivos institucionales y académicos y los resultados alcanzados en la práctica. El propósito inicial de formar a los estudiantes en producción audiovisual desde una perspectiva crítica, inclusiva y comprometida se materializa en proyectos que no solo consolidan competencias técnicas, sino que también fortalecen la conciencia ética y social de los participantes.

En la dimensión formativa, se constató que la iniciativa trasciende la enseñanza instrumental de grabar o editar para convertirse en un espacio de educomunicación

orientado al cambio social. Las producciones audiovisuales realizadas reflejan una clara apuesta por la inclusión, dando visibilidad a colectivos marginados, cuestionando estereotipos de género y culturales, y promoviendo narrativas respetuosas frente a la diversidad. Asimismo, se identificó un tratamiento consciente de los discursos de odio: las piezas no solo evitan reproducir mensajes discriminatorios, sino que plantean relatos alternativos que fomentan la empatía, el diálogo y la justicia social.

Desde el punto de vista institucional, Videofactoría se alinea con los valores de la Universidad Complutense y de la Facultad de Ciencias de la Información, al promover una educación integral y crítica. La conexión entre teoría y práctica —a través de la planificación narrativa, la dirección, el trabajo en equipo y la resolución de problemas técnicos— se combina con un enfoque ético que convierte cada producción en un ejercicio de reflexión sobre el impacto de la imagen en la sociedad contemporánea.

Uno de los logros más significativos radica en la democratización del acceso a la producción audiovisual. Mediante el uso de tecnologías accesibles como los dispositivos móviles, los estudiantes no solo desarrollan destrezas técnicas, sino que también se convierten en agentes activos de transformación social. Esta metodología participativa potencia la creatividad, refuerza la conciencia crítica y consolida una mirada comunicativa orientada a los derechos humanos.

En consecuencia, Videofactoría se consolida como un espacio de producción y reflexión audiovisual que cumple con sus objetivos fundacionales y se proyecta como un modelo replicable para otras instituciones educativas. Su enfoque en la inclusión, la diversidad y la responsabilidad social lo convierte en un ejemplo de buenas prácticas en la enseñanza universitaria de la comunicación, al demostrar que aprender a contar historias con imágenes implica también aprender

Los estudiantes participantes provienen principalmente de los grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual, lo que genera un cruce interesante de saberes y perspectivas. Esta convivencia académica permite que los conocimientos teóricos adquiridos en clase se integren de manera práctica y reflexiva en los proyectos desarrollados. Durante las sesiones observadas, participaron activamente ocho estudiantes, siete de Periodismo y uno de Comunicación Audiovisual, quienes demostraron un alto nivel de implicación y motivación.

La participación de colaboradores externos, como egresados o profesionales invitados, añade valor al proceso formativo. Estos actores aportan experiencias reales del campo profesional y enriquecen el diálogo intergeneracional dentro del proyecto. Su presencia contribuye a vincular la universidad con el entorno laboral y ofrece a los estudiantes

referentes concretos en los que proyectar sus aspiraciones profesionales.

Cabe destacar la entrevista realizada a Cristhian Alexander Paredes Crito, estudiante de quinto curso de Periodismo, quien se ha especializado en grabación y edición audiovisual. Su testimonio no solo ofreció claves técnicas importantes, sino también una visión madura sobre el rol ético del comunicador. Su experiencia sirve de puente entre los aprendizajes académicos y las exigencias del mundo profesional.

3.3.11. Bibliografía recomendada

Videofactoría puede entenderse como un espacio educomunicativo en el que la producción audiovisual se vincula a la formación técnica y al desarrollo de una conciencia crítica en torno al poder de la imagen y la responsabilidad ética del comunicador. Su enfoque fomenta la inclusión social, la diversidad y la justicia como principios transversales, lo que lo convierte en un referente para la formación de narradores audiovisuales comprometidos con los derechos humanos y la transformación social. En este marco, se recomiendan las siguientes referencias para profundizar en sus fundamentos teóricos y metodológicos:

- Aparici, R. (2010). Educomunicación: más allá del 2.0. Gedisa.
- Buckingham, D. (2019). Teaching Media in a Digital Age. Polity Press.
- Gutiérrez, A., & Tyner, K. (2012). Media Education, Media Literacy and Digital Competence. *Comunicar*, 38, 31–39.
- Masterman, L. (2001). La enseñanza de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

3.4 Platós de televisión, grabación, edición y postproducción



3.4.1. Introducción general

Las clases prácticas en los Platós de Televisión, Grabación, Edición y Postproducción representa un pilar esencial como entrenamiento competencial en las prácticas de los estudiantes de Comunicación Audiovisual. Al ser una unidad multifuncional dentro de la Facultad de Ciencias de la Información, su propósito es garantizar una preparación integral que combine teoría, práctica y reflexión crítica sobre los medios. La existencia de un espacio tan especializado dentro del entorno académico no solo mejora la calidad educativa, sino que también acerca al alumnado a los estándares profesionales del sector audiovisual.

La coordinación por parte de los profesores Alberto García y Nacho Martín aporta una doble garantía: por un lado, el respaldo académico de dos docentes con sólida formación universitaria, y por otro, la visión y exigencia del mundo profesional, ya que ambos cuentan con experiencia práctica en la industria. Esto se traduce en un equilibrio entre lo académico y lo aplicado, lo cual es fundamental para el desarrollo de competencias reales en los estudiantes.

El informe que aquí se expone no se limita a describir actividades, sino que presenta una radiografía completa de este departamento. Se abordan aspectos organizativos, pedagógicos, tecnológicos y comunicativos, con un énfasis particular en el enfoque social y la proyección mediática. Así, el Departamento no solo forma técnicos o comunicadores, sino que contribuye a formar ciudadanos críticos, inclusivos y preparados para los retos del entorno digital.

Este enfoque holístico es el que permite que la experiencia educativa vaya más allá de lo técnico y se convierta en una vivencia transformadora. Los recursos empleados, el diseño metodológico, el aprovechamiento de redes sociales y la articulación de equipos diversos hacen de este departamento un modelo replicable en otras facultades y universidades.

3.4.2. Estructura del departamento

La estructura del Departamento ha sido diseñada cuidadosamente para replicar el entorno profesional de una cadena de televisión. Esta estructura combina clases teóricas, prácticas en plató y talleres de edición y postproducción, permitiendo una integración eficaz entre conocimientos conceptuales y habilidades operativas. Las actividades están organizadas en función de un aprendizaje progresivo que prepara a los estudiantes para enfrentar desafíos reales.

En el ámbito teórico, las clases impartidas por Nacho Martín abordan aspectos fundamentales del lenguaje audiovisual y de la narrativa televisiva. El énfasis en los géneros, la ética profesional y el análisis estructural de los programas permite al estudiante comprender el funcionamiento de los medios desde una perspectiva crítica y creativa. Asimismo, la introducción a herramientas profesionales como Adobe Premiere, Da Vinci Resolve y After Effects proporciona una base técnica sólida y actualizada, alineada con las exigencias del mercado laboral.

Las clases prácticas en plató, bajo la coordinación de Alberto García, representan el núcleo operativo del Departamento. Aquí, los estudiantes participan en simulaciones de programas reales, tales como noticieros, magazines o shows musicales. En estas prácticas, se promueve la rotación de roles para que cada estudiante tenga la experiencia completa de desempeñar funciones diversas: desde presentador o cámara, hasta técnico de sonido o realizador. Esta rotación fomenta una comprensión integral de la producción audiovisual.

Uno de los grandes aciertos del modelo estructural es el entrenamiento en tiempo real. Los alumnos no solo deben aplicar lo aprendido, sino también tomar decisiones bajo presión, resolver imprevistos y trabajar colaborativamente. Esta dinámica potencia el pensamiento estratégico y refuerza la capacidad de adaptación, cualidades esenciales en el ámbito de la comunicación audiovisual contemporánea.

3.4.3. Objetivos dentro de la facultad

Uno de los objetivos más relevantes del Departamento es integrar los conocimientos técnicos con las competencias comunicativas y sociales. No se trata únicamente de enseñar a operar una cámara o editar un video, sino de comprender el sentido de lo que se comunica, cómo se comunica y para quién. Este enfoque permite formar profesionales que no solo son hábiles con la tecnología, sino también conscientes de su papel como mediadores culturales.

Otro objetivo fundamental es la reproducción de escenarios profesionales reales. Las dinámicas de trabajo del Departamento buscan emular la presión, la exigencia y el ritmo del mundo televisivo, lo cual ayuda a preparar a los estudiantes para su inserción laboral. A través de simulaciones de programas, trabajo bajo la resolución de imprevistos, se refuerzan habilidades prácticas y actitudinales clave.

Asimismo, el Departamento fomenta el pensamiento crítico en relación con los medios. Esto implica cuestionar el papel de la televisión en la sociedad, analizar su influencia en la opinión pública y reflexionar sobre su responsabilidad frente a temas como la verdad, la ética y la representación. De este modo, se pretende formar comunicadores

éticamente comprometidos, no solo técnicos eficientes.

Posteriormente, la apuesta por una televisión universitaria inclusiva y diversa marca una diferencia significativa. Los proyectos impulsados desde el Departamento promueven la representación de distintas realidades sociales, la participación de colectivos minoritarios y el tratamiento responsable de temas sensibles. Esta visión transforma el plató en un espacio de expresión democrática, donde la comunicación sirve como herramienta de transformación social.

3.4.4. Participantes

La participación activa de los estudiantes de cuarto curso de Comunicación Audiovisual es el motor principal del Departamento. Estos alumnos ya han adquirido un bagaje teórico importante durante sus años previos de formación y, por tanto, están en condiciones de aplicar sus conocimientos a través de la práctica intensiva. El diseño del curso fomenta la autonomía progresiva, permitiendo que los estudiantes se apropien de sus proyectos con un alto grado de responsabilidad.

Además de los estudiantes, la labor de los coordinadores Alberto García y Nacho Martín es clave para asegurar la calidad del proceso formativo. Ellos no solo imparten clases, sino que actúan como mentores y facilitadores, guiando a los alumnos en la toma de decisiones, en la resolución de problemas técnicos y en la construcción de un producto audiovisual de calidad. Este acompañamiento equilibra libertad creativa con orientación profesional.

Un elemento distintivo del Departamento es su carácter interdisciplinar. En algunos casos, se integran estudiantes de otras carreras como Periodismo o Publicidad, lo que enriquece los proyectos al incorporar distintas miradas y habilidades comunicativas. Esta sinergia fortalece el trabajo en equipo y simula entornos laborales reales, donde los equipos de producción están compuestos por profesionales de distintas áreas.

Finalmente, cabe destacar la labor del personal técnico de la facultad, que brinda apoyo logístico y operativo en el plató y en las salas de edición. Su participación garantiza el funcionamiento eficiente de los equipos y la seguridad de los estudiantes, además de ofrecer una oportunidad valiosa para el aprendizaje colaborativo entre docentes, técnicos y alumnos.

3.4.5. Funciones principales

Las funciones principales del Departamento están diseñadas para ofrecer una formación integral que responda a las exigencias del entorno audiovisual contemporáneo. Una de sus metas fundamentales es formar a los estudiantes en la creación, dirección y producción de contenidos televisivos. Esto abarca desde la concepción de una idea hasta su realización técnica y narrativa, permitiendo a los alumnos convertirse en autores completos de sus propios proyectos.

Asimismo, se dedica a capacitar en edición técnica profesional, lo cual implica no solo el dominio de software como Premiere, Da Vinci Resolve o After Effects, sino también la comprensión del ritmo narrativo, la estructura dramática y el sentido comunicativo del montaje. Se trata de una formación que combina lo técnico con lo artístico, lo cual otorga un perfil competitivo al egresado.

Un aspecto diferencial del Departamento es la introducción al trabajo en vivo con roles reales. Esta experiencia inmersiva enseña a los estudiantes a tomar decisiones bajo presión, asumir responsabilidades específicas y entender la dinámica de un equipo profesional. De esta manera, se replican las condiciones de un plató de televisión real, con todas sus exigencias y potencialidades.

Además, se fomenta activamente la creatividad audiovisual para representar temas de interés social. Los estudiantes son alentados a explorar narrativas que aborden problemáticas actuales, visibilicen colectivos marginados o planteen debates relevantes. Esto convierte al Departamento no solo en un centro de formación técnica, sino en un espacio de producción cultural comprometido con su tiempo.

3.4.6. Representación mediática y uso de redes sociales

La representación mediática del trabajo del Departamento es clave para proyectar su labor hacia el exterior y generar impacto más allá del aula. En este sentido, se realiza la emisión de programas en directo o diferido mediante plataformas accesibles como YouTube, Instagram Live y Vimeo. Esta práctica no solo permite a los estudiantes ver sus productos en circulación, sino que también los introduce a la lógica de la distribución digital.

El Departamento ha sabido adaptarse a las nuevas formas de comunicación interna, utilizando canales como WhatsApp, Teams o Moodle para coordinar el trabajo y compartir materiales. Esta estrategia optimiza la organización de las clases y fortalece el sentido de comunidad entre docentes, técnicos y alumnos. Se generan flujos comunicativos

ágiles y eficaces, imprescindibles en contextos de producción colaborativa.

Además, se cuida especialmente la promoción de contenidos a través de clips, entrevistas, making-of y publicaciones en redes sociales institucionales. Este tipo de contenidos no solo documenta el proceso de producción, sino que también posiciona a los estudiantes como creadores con una presencia activa en el ecosistema mediático universitario.

La participación en eventos como jornadas de puertas abiertas, muestras audiovisuales o ferias académicas fortalece aún más esta proyección. Allí, los estudiantes tienen la oportunidad de presentar sus trabajos ante audiencias externas, obtener retroalimentación y entablar contactos profesionales. Estas actividades consolidan el Departamento como un referente dentro y fuera del ámbito universitario.

3.4.7. Metodología para el tratamiento de contenidos de inclusión, diversidad y discursos de odio

Una de las grandes fortalezas del Departamento es su compromiso con la inclusión y la diversidad. En este sentido, los guiones pasan por un proceso de revisión que asegura el uso de lenguaje inclusivo, la ausencia de estereotipos y la presencia de voces diversas. Esta etapa no solo garantiza la calidad ética del contenido, sino que educa a los estudiantes en la producción responsable de mensajes.

La selección temática también responde a una agenda social clara: migración, diversidad funcional, género, discriminación y salud mental son algunos de los temas recurrentes. Estos se abordan desde una perspectiva crítica y empática, lo cual potencia la capacidad del audiovisual para generar conciencia y promover el cambio.

Otro recurso metodológico muy valioso es la simulación de debates en vivo, en los que se abordan cuestiones como el odio en redes sociales o la representación mediática de las minorías. Estas simulaciones permiten confrontar ideas, argumentar en tiempo real y construir discursos respetuosos, contribuyendo a la formación de comunicadores reflexivos y sensibles.

Definitivamente, la edición responsable se convierte en un criterio esencial del proceso. Los estudiantes aprenden a evitar el sensacionalismo y a tratar los temas sensibles con rigor y respeto. Así, el montaje no solo cumple una función estética, sino también ética, reforzando el papel del editor como narrador con responsabilidad social.

3.4.8. Integrantes del departamento

El equipo humano del Departamento está compuesto por profesionales altamente cualificados que garantizan una experiencia educativa de excelencia. Alberto García, como coordinador de prácticas en plató, es responsable de guiar a los estudiantes en la realización televisiva. Su experiencia en el sector permite que los aprendizajes se conecten directamente con la realidad laboral.

Nacho Martín Moraleda, por su parte, lidera el área de edición y postproducción. Gracias a su perfil híbrido entre lo académico y lo técnico, los estudiantes reciben una formación integral que va más allá del uso de herramientas, incluyendo aspectos narrativos y expresivos del montaje.

Los técnicos de plató juegan un rol esencial como soporte logístico. Su trabajo asegura que los equipos estén disponibles, configurados y funcionando correctamente, además de ofrecer asesoría técnica durante las grabaciones. Sin su labor, la dinámica del Departamento sería inviable, lo que demuestra la importancia del trabajo colaborativo.

Finalmente, los estudiantes de cuarto año son los verdaderos protagonistas del proceso. Asumen roles activos en cada proyecto, desde la idea inicial hasta la emisión final. Esta responsabilidad directa fortalece su autonomía, su capacidad de organización y su compromiso con la calidad de sus producciones.

3.4.9. Comunicación Interna y Coordinación

La comunicación interna del Departamento está diseñada para reflejar la dinámica profesional de una productora televisiva. La coordinación de clases mediante calendarios compartidos facilita la planificación de actividades, la disponibilidad de recursos técnicos y la sincronización de los equipos humanos. Esta organización es clave para que el proceso formativo se desarrolle sin interrupciones ni solapamientos.

La distribución de roles dentro de cada equipo de trabajo garantiza que todos los estudiantes experimenten diversas funciones, desde dirección hasta edición. Esta rotación permite adquirir una visión global del proceso de producción y fomenta el respeto y la valoración de cada rol dentro del engranaje audiovisual.

Los ensayos previos a las grabaciones son otra herramienta fundamental. Permiten corregir errores, ajustar tiempos y familiarizarse con el ritmo del directo. Así, los estudiantes enfrentan la grabación con mayor seguridad y dominio del entorno técnico y narrativo. Finalmente, las reuniones de evaluación tras cada simulación y el

feedback personalizado de los docentes completan un ciclo de mejora continua. Esta retroalimentación permite identificar aciertos, áreas de mejora y aprendizajes clave, cerrando cada proyecto con una reflexión crítica indispensable para el crecimiento profesional.

3.4.10. Espacios y Recursos

El Departamento cuenta con una infraestructura técnica avanzada que permite simular de forma precisa las condiciones de trabajo de una productora de televisión profesional. Los Plató 1 y Plató 2 están equipados con cámaras HD, grúas, control de sonido y mesas de realización que permiten llevar a cabo prácticas completas de grabación en vivo. Estos espacios brindan un entorno realista donde los estudiantes pueden experimentar la presión y la coordinación que requiere una producción en directo.

Las aulas de edición están dotadas con ordenadores de alto rendimiento que disponen del software profesional necesario para la edición y postproducción: Adobe Premiere, After Effects y Da Vinci Resolve. Esto garantiza que los estudiantes trabajen con las mismas herramientas que se utilizan en el ámbito profesional, facilitando su adaptación posterior al mercado laboral.

Además, se dispone de cabinas de sonido y locución, donde los alumnos pueden grabar voces en off, narraciones o practicar técnicas de presentación y dicción frente al micrófono. Estos espacios son esenciales para reforzar la calidad del sonido en los productos audiovisuales, un aspecto a menudo subestimado pero fundamental en la producción televisiva.

La sala de postproducción avanzada, junto con los almacenes de vestuario, atrezzo e iluminación, completan un ecosistema técnico integral. Gracias a estos recursos, los estudiantes pueden desarrollar contenidos con una estética cuidada y una planificación visual sólida, permitiéndoles experimentar con escenografía, ambientación y diseño de producción. Esta dotación material no solo favorece la creatividad, sino que también eleva el estándar técnico de los proyectos.

3.4.11. Audiencia objetivo

El Departamento no produce contenidos únicamente como ejercicio académico, sino que los orienta a una audiencia específica con objetivos claros de comunicación e impacto. En primer lugar, la comunidad universitaria constituye el núcleo central de su audiencia, ya que las producciones sirven como canal de expresión, reflexión y representación de las inquietudes estudiantiles y académicas.

Además, se dirige a una audiencia joven (18-30 años), adaptando formatos y temáticas a los intereses y consumos audiovisuales de este grupo etario. Esto implica usar lenguajes actuales, plataformas digitales y estrategias de difusión que resuenen con la generación que más produce y consume contenido en redes.

También tiene como público natural a los estudiantes de medios y comunicación, quienes encuentran en estas producciones una fuente de inspiración, aprendizaje y referencia. El trabajo del Departamento puede ser utilizado como modelo o recurso didáctico en otras asignaturas, facultades o instituciones educativas.

Por último, se considera al público general interesado en la televisión con perspectiva social, así como a plataformas educativas y de divulgación. Esto amplía el alcance y la utilidad de los contenidos producidos, y refuerza el papel del Departamento como generador de contenidos significativos, con un potencial educativo y transformador más allá del aula.

3.4.12. Proyectos y Actividades Relevantes

La diversidad de proyectos que impulsa el Departamento refleja su compromiso con una formación activa, creativa y socialmente comprometida. Uno de los formatos más frecuentes es la simulación de programas musicales y magazines en vivo, donde se reproducen los tiempos, dinámicas y exigencias de una emisión televisiva real. Estas actividades no solo refuerzan la coordinación técnica, sino que también permiten explorar géneros de entretenimiento y formatos híbridos.

Otro eje fundamental es la realización de noticiarios universitarios, que acercan a los estudiantes a los formatos informativos, promoviendo una práctica ética del periodismo audiovisual. En estos ejercicios, los alumnos deben aplicar criterios de veracidad, relevancia y equilibrio, y enfrentarse a decisiones editoriales reales, como la jerarquización de noticias o el tratamiento de imágenes sensibles.

Un aporte significativo del Departamento es la producción de campañas contra los discursos de odio, presentadas en formato televisivo. Estas campañas demuestran cómo los medios pueden ser herramientas de transformación social, al tiempo que ofrecen a los estudiantes una experiencia enriquecedora tanto desde lo comunicativo como desde lo ético. También se realizan series de entrevistas temáticas que abordan asuntos como la diversidad cultural, la igualdad de género o la salud mental.

Además, el Departamento promueve la producción de documentales con enfoque inclusivo, en los que se busca visibilizar realidades silenciadas o estigmatizadas. Estos trabajos requieren investigación previa, planificación narrativa y sensibilidad ética, convirtiéndose en proyectos integradores que conectan competencias técnicas con valores sociales.

3.4.13. Principales resultados y conclusiones de exploración de los contenidos de Inforadio

La experiencia en el Departamento confirma que los objetivos institucionales en la formación técnica, desarrollo de competencias comunicativas y sociales, y promoción de escenarios profesionales reales se traducen en resultados concretos. Los estudiantes no solo adquieren habilidades en preproducción, producción y postproducción, sino que también desarrollan conciencia crítica sobre el contenido que generan, comprendiendo su impacto en la audiencia y su responsabilidad como mediadores culturales.

El plató universitario se convierte en un laboratorio de medios, donde los estudiantes analizan cómo los programas construyen o distorsionan la imagen de distintos colectivos y cómo pueden aparecer o evitarse discursos de odio. Esta práctica fortalece la sensibilidad ética y la capacidad de producir contenidos inclusivos, diversos y socialmente responsables.

Además, los contenidos generados en este Departamento no se limitan a la práctica técnica: actúan como herramientas de reflexión crítica y análisis social. A través de sus producciones, se abordan temas de relevancia pública y se fomenta una mirada consciente sobre la representación mediática

Asimismo, las producciones funcionan como herramientas de impacto y análisis de la realidad, al abordar temas actuales, fomentar el cuestionamiento de estereotipos y promover una mirada reflexiva sobre la influencia de la televisión en la opinión pública. Así, la televisión universitaria deja de ser solo un ejercicio académico: se convierte en un canal de diálogo, inclusión y transformación social, capacitando a los futuros comunicadores para intervenir en la sociedad con conciencia ética y profesional.

Este enfoque transforma el plató y las aulas en un laboratorio de medios donde no solo se aprende a comunicar, sino también a cuestionar lo que se comunica. Los estudiantes, guiados por sus docentes, desarrollan una sensibilidad especial hacia los discursos que circulan en la sociedad y los impactos que puede tener la televisión en la opinión pública. Al convertir los productos audiovisuales en medios de análisis y transformación, el Departamento demuestra que la televisión universitaria puede ser

mucho más que una práctica académica: puede ser un canal de diálogo, inclusión y cambio social.

3.4.14. Bibliografía recomendada

Las prácticas en los platós de televisión de la Facultad constituyen una experiencia fundamental para la formación audiovisual de los estudiantes, al integrar la preproducción, producción y postproducción en un entorno profesional simulado. Estas sesiones permiten comprender la dinámica real de los medios, desde la planificación narrativa y la organización técnica hasta la edición final del producto audiovisual. El aprendizaje práctico en plató no solo fortalece las competencias técnicas, sino que también consolida el trabajo en equipo, la creatividad y la capacidad de resolución de problemas en escenarios reales de comunicación. Por ello, se proponen consultar las siguientes referencias:

- Katz, S. D. (2020). Film directing shot by shot: Visualizing from concept to screen (25.º aniversario, ed. rev.). Michael Wiese Productions.
- Millerson, G., & Owens, J. (2012). Television production (15.ª ed.). Focal Press.
- Thompson, R., & Bowen, C. (2013). Grammar of the shot (3.ª ed.). Focal Press.
- Zettl, H. (2017). Television production handbook (12.ª ed.). Cengage Learning.

04

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA



La propuesta educomunicativa “Juventud UCM” surge en la Universidad Complutense de Madrid durante el desarrollo de las prácticas profesionales en la Facultad de Ciencias de la Información y la experiencia adquirida en participación en espacios de comunicación universitaria como Infoactualidad, Inforadio y Videofactoría. Con el objetivo de ofrecer a los estudiantes de dicha facultad un espacio en el que confluyan los medios de comunicación tradicionales y emergentes para analizar y contribuir a la transformación de manera paulatina en que los medios representan a la juventud actualmente.

El proyecto se concibe como una iniciativa integral que combina formación, producción y reflexión crítica, enmarcada dentro de los principios de la educomunicación. No se limita a enseñar técnicas audiovisuales, sino que promueve un aprendizaje activo, participativo, creativo y ético, donde la práctica comunicativa se convierte en una herramienta para fortalecer valores de inclusión, equidad y compromiso social. A través de talleres, podcasts, magazines audiovisuales y campañas colaborativas, los estudiantes aprenden a analizar los discursos mediáticos, producir contenidos de calidad y fomentar la conciencia crítica sobre los problemas y aportes de la juventud universitaria.

“Juventud UCM” está dirigida principalmente a estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información, especialmente de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad, aunque su alcance se extiende a otros estudiantes o jóvenes, docentes, investigadores y profesionales interesados en la educomunicación, así como al público general mediante plataformas digitales como YouTube, Spotify, I-Voox e Instagram. Su finalidad es empoderar a los jóvenes como creadores críticos y responsables, generar contenidos inclusivos y promover un cambio positivo en la forma en que la sociedad percibe y representa a la juventud, consolidándose como un laboratorio vivo de aprendizaje y transformación social.

4.1 Plan de actividades



Proyecto Audiovisual: "Juventud UCM" .

Objetivo: Establecer un espacio audiovisual semanal donde los estudiantes puedan analizar, denunciar y transformar las narrativas mediáticas sobre la juventud universitaria, fomentando mensajes inclusivos.

Frecuencia: lunes y miércoles. Hora: 10:00-10:40 am.

Plan de actividades y formato:

- Podcast "Universo Complutense": entrevistas quincenales.
- Campaña audiovisual colaborativa.
- Talleres para fomentar en los estudiantes el análisis creativo, la valoración crítica y la producción mediática con calidad.
- Foro final para presentar resultados con estudiantes, profesores y expertos.
- Magazine audiovisual: con emisiones cada semana en Youtube, Spotify, I-Voox, Instagram y otras redes sociales.

4.2 Objetivos y Enfoque Educomunicativo



El objetivo general de esta propuesta no es solo formar técnicamente a los estudiantes en producción audiovisual, sino convertirlos en agentes de cambio mediante un ejercicio constante de reflexión, análisis y acción comunicativa. Esta mirada parte del principio educomunicativo de que los medios no solo informan, sino que también educan, reproducen ideologías y tienen la capacidad de moldear imaginarios colectivos. Por tanto, formar comunicadores críticos es también formar ciudadanos activos.

Los objetivos específicos responden a tres dimensiones fundamentales del aprendizaje: el saber (análisis de las representaciones), el saber hacer (producción de contenidos) y el saber ser (actitud ética y compromiso social). En este sentido, el fomento del trabajo colaborativo y la comunicación no sexista no es un añadido, sino un eje transversal que estructura toda la propuesta. La inclusión y la diversidad no se entienden como temáticas esporádicas, sino como valores fundamentales que deben atravesar tanto el contenido como la forma del proyecto.

El proyecto también busca consolidar una comunidad de práctica sostenible. Muchas iniciativas estudiantiles nacen con fuerza, pero se disuelven al finalizar el curso. Por eso, uno de los retos de “Juventud UCM” es trascender lo académico y fomentar redes entre estudiantes, docentes y otras facultades. Esta articulación interdepartamental puede dar lugar a sinergias muy potentes, ampliando el alcance y la durabilidad del proyecto.

Asimismo, la propuesta reconoce que, para cambiar las narrativas, es necesario primero apropiarse de los lenguajes. Por eso, se apuesta por talleres prácticos, donde los estudiantes no solo produzcan contenido, sino que aprendan a analizarlo críticamente. Cada producto mediático será el resultado de una cadena de decisiones conscientes que responderán a valores de inclusión, equidad y justicia social.

4.3 Temporalización



La temporalización es un aspecto esencial en la planificación de cualquier proyecto educativo, ya que establece una estructura clara para el desarrollo progresivo de actividades, asegurando que los objetivos se alcancen de manera ordenada y eficiente. En el caso del proyecto “Juventud UCM”, el cronograma inicial de siete semanas permite una organización equilibrada entre las diferentes fases del proceso, desde el diseño hasta la evaluación final. Esta estructura facilita que los participantes puedan adquirir y aplicar conocimientos de forma escalonada, promoviendo un aprendizaje sólido y significativo.

La primera semana se dedica al diseño del proyecto, un periodo clave para definir objetivos, roles, temáticas y estrategias de trabajo. Esta fase inicial es fundamental para sentar las bases y alinear expectativas entre todos los involucrados. Aquí se establece el marco teórico y práctico que guiará el desarrollo posterior, asegurando coherencia y enfoque en el conjunto de actividades.

Las semanas dos y tres están reservadas para talleres de análisis de medios, donde los estudiantes aprenden a identificar y cuestionar las narrativas predominantes en la representación de la juventud. Este tiempo de formación crítica es imprescindible para dotar a los participantes de herramientas analíticas que luego aplicarán en la creación de sus propios contenidos. Además, fomenta la reflexión sobre los impactos sociales de los discursos mediáticos y prepara a los estudiantes para una producción audiovisual consciente y responsable.

Las semanas cuatro a seis constituyen la etapa central de producción, en la que se desarrollan tanto la campaña audiovisual “Juventud Visible” como el magazine “Universo Complutense”. Este periodo es intensivo y creativo, permitiendo a los estudiantes aplicar técnicas de grabación, edición y difusión aprendidas previamente. La concentración de actividades en este bloque busca potenciar el trabajo colaborativo y la producción concreta, lo que favorece el compromiso y la integración práctica de los aprendizajes.

Finalmente, la semana siete se reserva para la evaluación, el foro de discusión y la presentación pública de resultados. Esta fase es crucial para consolidar el aprendizaje mediante la reflexión colectiva, el debate crítico y la retroalimentación. Además, la presentación institucional y pública de los productos generados contribuye a visibilizar el proyecto y a fortalecer el sentido de logro y pertenencia entre los participantes.

A futuro, la propuesta contempla ciclos semestrales que permitirán renovar temas, actualizar contenidos y dar continuidad al proyecto, asegurando así su sostenibilidad y vigencia.

Semana	Actividad	Descripción
Semana 1	Diseño del proyecto	Definición de objetivos, roles, temáticas y estrategias. Establecimiento del marco teórico y práctico para guiar el desarrollo del proyecto, alineando expectativas entre todos los participantes.
Semanas 2 -3	Talleres de análisis de medios	Formación crítica para que los estudiantes aprendan a identificar y cuestionar narrativas mediáticas sobre la juventud. Desarrollo de herramientas analíticas para crear contenidos conscientes y responsables.
Semanas 4 -6	Producción audiovisual	Desarrollo de la campaña "Juventud Visible" y el magazine "Universo Complutense". Aplicación práctica de técnicas de grabación, edición y difusión, fomentando el trabajo colaborativo y la producción creativa intensiva.

Semana 7	Evaluación, foro y presentación	Reflexión colectiva, debate crítico y retroalimentación sobre los resultados. Presentación pública e institucional de los productos para visibilizar el proyecto y fortalecer el sentido de logro y pertenencia.
Futuro (posterior)	Ciclos semestrales	Renovación de temas, actualización de contenidos y participación, asegurando la continuidad, sostenibilidad y vigencia del proyecto a lo largo del tiempo.

4.4 Actividades



La propuesta de actividades para “Juventud UCM” se estructura bajo un enfoque formativo integral, combinando teoría, práctica, reflexión crítica y proyección comunicativa. Las acciones están diseñadas para responder tanto a objetivos pedagógicos como sociales, promoviendo una educomunicación transformadora y comprometida con la realidad juvenil. Esta estructura abarca formatos diversos —como magazine audiovisual, podcast, campañas colaborativas y talleres formativos— que permiten una formación plural, creativa y orientada a la acción.

Como eje central del proyecto se plantea la emisión semanal del magazine audiovisual “Universo Complutense”, difundido en plataformas digitales como YouTube, Spotify, Ivoox e Instagram. Este espacio de producción y participación estudiantil integrará noticias, crónicas, entrevistas y segmentos participativos, fomentando el trabajo constante, el contacto directo con la narrativa digital y el desarrollo de habilidades técnicas, expresivas y colaborativas. La continuidad del magazine permite generar una comunidad activa en torno al proyecto y facilitar el aprendizaje progresivo.

Complementando este formato, se incorpora un podcast quincenal que diversifica el lenguaje narrativo y fortalece la dimensión reflexiva del programa. Mediante entrevistas, análisis y elaboración de guiones, este espacio permitirá profundizar en temáticas sociales de interés juvenil, como género, migración, salud mental o comunicación digital. El formato sonoro se adapta al consumo de las nuevas audiencias, al tiempo que entrena habilidades en locución, edición y documentación sonora.

Uno de los pilares más innovadores es la campaña audiovisual colaborativa “Juventud Visible”, donde los propios estudiantes diseñan mensajes sobre temas como igualdad, sostenibilidad, diversidad sexual o antirracismo. Esta iniciativa tiene una doble función: por un lado, proyectar valores inclusivos y de justicia social; por otro, ofrecer a los participantes una experiencia real de planificación comunicativa, desde la creación de contenidos hasta su difusión estratégica en redes institucionales y sociales.

Los talleres formativos constituyen la columna vertebral del aprendizaje, funcionando como espacios seguros para la adquisición de competencias tanto técnicas como críticas. Estos espacios abordarán desde el lenguaje audiovisual y el uso ético de las redes sociales, hasta la construcción de guiones inclusivos y el análisis del discurso mediático. Así, se garantiza la calidad de los productos generados y se potencia el desarrollo integral de los participantes.

El proyecto también incorpora espacios de debate y reflexión, como foros en aula y visualización de materiales con análisis colectivo. Estas dinámicas permiten consolidar aprendizajes desde una perspectiva crítica, confrontar ideas, y construir saberes de forma colaborativa. La producción de cápsulas de video con conclusiones y aprendizajes claves complementa este proceso, asegurando una comunicación clara y efectiva de los contenidos trabajados.

En consecuencia, se contempla un evento de cierre que funcione como culminación simbólica y práctica del proyecto. La presentación de resultados, la muestra audiovisual, las mesas redondas con expertos y la participación de la comunidad académica consolidan el impacto de la iniciativa. Esta instancia permite visibilizar el trabajo colectivo, fortalecer redes de colaboración y proyectar el alcance institucional y social del programa “Juventud UCM”.

Otras actividades:

• Talleres formativos

- Taller de introducción al lenguaje audiovisual.
- Taller de narrativa inclusiva y ética mediática.
- Taller de edición y montaje básico (Premiere y DaVinci).
- Taller de producción de podcast.
- Taller de análisis del discurso audiovisual.

• Campaña audiovisual “Juventud Visible”

- Producción de contenidos audiovisuales sobre salud mental, migración, diversidad sexual, activismo juvenil.
- Diseño gráfico de la campaña.
- Estrategia de difusión en redes sociales.

• Magazine “Universo Complutense”

- Planificación de contenidos.
- Grabación de secciones fijas (noticias, crónicas, entrevistas).
- Emisión semanal en plataformas digitales.

• Podcast quincenal

- Preparación de guiones.
- Entrevistas con expertos, activistas y docentes.
- Distribución multiplataforma y promoción.

• Espacios de debate y reflexión

- Foros en aula sobre la representación de la juventud.
- Visualización crítica de materiales audiovisuales.
- Producción de cápsulas de video con conclusiones.

• Evento final de cierre

- Presentación de resultados.
- Mesa redonda con expertos.
- Muestra audiovisual pública.
- Reconocimiento a participantes y proyección institucional.

4.5 Recursos Humanos, Materiales y Económicos disponibles



La disponibilidad y adecuada gestión de recursos es un factor determinante para el éxito y la sostenibilidad de cualquier proyecto. En “Juventud UCM”, los recursos humanos están conformados por un equipo multidisciplinar que incluye docentes, técnicos especializados y un grupo de voluntarios motivados y comprometidos. Esta combinación permite ofrecer una formación de calidad, soporte técnico constante y un ambiente colaborativo donde la pasión y el profesionalismo se entrelazan. El trabajo en equipo y la vocación de los participantes constituyen un motor esencial para la continuidad del proyecto.

En cuanto a los recursos materiales, el proyecto cuenta con equipamiento adecuado para la producción audiovisual, tales como cámaras, ordenadores, micrófonos, consolas y espacios preparados como estudios de grabación y platós. Estos recursos permiten que las actividades prácticas se desarrollen en condiciones óptimas, facilitando la experimentación y el aprendizaje técnico. Además, el acceso a software profesional y gratuito como Adobe Premiere, Audacity, Canva y OBS Studio posibilita la capacitación en herramientas modernas y accesibles, favoreciendo la democratización del acceso a la producción audiovisual.

La gestión económica del proyecto se caracteriza por su bajo coste, lo que contribuye a su viabilidad y replicabilidad. El respaldo institucional, a través de la Facultad y otras entidades, es clave para mantener el proyecto en funcionamiento sin que los recursos económicos se conviertan en un obstáculo. Este modelo de bajo coste es coherente con el enfoque educocomunicativo, que prioriza el uso eficiente y ético de los recursos disponibles, apostando por la sostenibilidad y la accesibilidad.

Además, la combinación de recursos humanos, materiales y económicos genera un entorno propicio para la innovación y la creatividad. La sinergia entre estos elementos facilita la ejecución de actividades de calidad, el cumplimiento de objetivos y la generación de impactos tanto educativos como sociales. Esta planificación integral permite también anticipar desafíos y diseñar estrategias para su superación.

Por tanto, la adecuada asignación y gestión de recursos contribuye a fortalecer la confianza de los participantes y de la comunidad universitaria en el proyecto. Al contar con los medios necesarios, los estudiantes y demás actores se sienten respaldados, lo que incrementa la motivación, el compromiso y la calidad del trabajo desarrollado. Así, los recursos no solo apoyan la operatividad, sino que también potencian el sentido de pertenencia y la proyección a largo plazo de “Juventud UCM”.

Tipo de Recursos	Descripción Detallada	Justificación / Comentarios
Humanos	Docentes especializados, técnicos en producción audiovisual, y voluntarios apasionados y comprometidos.	Garantizan la formación de calidad, soporte técnico, coordinación y ambiente colaborativo.
	Equipo multidisciplinar que cubre aspectos pedagógicos, técnicos y creativos del proyecto.	Fundamental para la sostenibilidad y buen desarrollo del proyecto a largo plazo.
Materiales	Cámaras profesionales y semiprofesionales, micrófonos (de mano, solapa, ambiental), ordenadores con software de edición.	Permiten la realización técnica y creativa de los contenidos audiovisuales y podcasts con calidad profesional.
	Consolas, estudios de grabación, platós equipados, software Adobe Premiere, DaVinci Resolve, Audacity, Canva, OBS Studio.	Facilitan el aprendizaje práctico y la experimentación en entornos adecuados, favoreciendo la producción y difusión.
	Sillas, mesas y otros materiales de apoyo para la comodidad y logística durante las actividades y grabaciones.	Contribuyen a un entorno óptimo para el desarrollo de talleres y producción audiovisual.
Económicos	Proyecto de bajo coste, con financiamiento parcial o total por parte de la Facultad de Ciencias de la Información	Apoya la viabilidad y continuidad del proyecto, asegurando recursos

	Fondos destinados a mantenimiento de equipos, licencias de software, impresión de materiales, incentivos y eventos.	Permite una gestión eficiente y sostenible, con optimización de recursos y ampliación de impacto social y educativo.
	Apoyo institucional clave para asegurar la sostenibilidad y replicabilidad del proyecto.	La alianza con instituciones favorece la estabilidad y expansión futura del proyecto.
Espacios Físicos	Salas de aula equipadas para talleres, estudios de grabación y platós, auditorios para presentaciones y foros.	Facilitan un ambiente profesional y cómodo para todas las fases del proyecto, desde formación hasta difusión pública.
Software y Licencias	Adobe Premiere, DaVinci Resolve, Audacity, Canva, OBS Studio, herramientas de gestión como Trello y Google Drive.	Herramientas modernas y accesibles que potencian la calidad técnica y organizativa del proyecto.
Materiales de Consumo	Memorias SD, discos duros externos, papelería, material de oficina para planificación y producción.	Elementos esenciales para el almacenamiento, organización y documentación durante el desarrollo del proyecto.
Recursos Digitales	Plataformas digitales para emisión (YouTube, Spotify, Ivoox, Instagram), comunicación interna y bibliografía accesible.	Amplían el alcance del proyecto y facilitan la interacción y el acceso a recursos académicos y comunicativos.
Gestión y coordinación	Personal dedicado a la planificación, seguimiento y evaluación, uso de herramientas digitales para monitoreo y reporte.	Permiten mantener el proyecto en curso, con control sobre tiempos, calidad y resultados.

4.6 Impacto esperado y audiencia objetivo



La propuesta “Juventud UCM” busca impactar directamente en la comunidad universitaria, especialmente entre los estudiantes de comunicación, pero también pretende alcanzar al conjunto de jóvenes de la Universidad Complutense, así como al profesorado y agentes sociales. La audiencia objetivo comprende un espectro amplio y diverso, que comparte un interés común por la representación ética y crítica de la juventud en los medios.

El impacto esperado es múltiple. En primer lugar, se prevé una mejora en la capacidad crítica de los estudiantes frente al consumo mediático, gracias a los análisis que se realicen en el marco del magazine y los talleres. En segundo lugar, se fortalecerán las habilidades técnicas de producción audiovisual, lo cual representa un valor añadido para su futura inserción laboral. En tercer lugar, se espera que los contenidos producidos sirvan como insumo para el debate público sobre juventud, derechos, cultura y ciudadanía.

Este proyecto también tiene la potencialidad de incidir sobre el imaginario colectivo de la juventud universitaria. Frente a representaciones mediáticas homogéneas y estigmatizantes, se propone una mirada polifónica, situada, empática y transformadora. La inclusión de testimonios reales, historias desde abajo y voces tradicionalmente marginadas contribuirá a una comunicación más justa y representativa.

Además, al difundir los contenidos en redes sociales y plataformas digitales, se ampliará significativamente el alcance del proyecto, favoreciendo la interacción con otros públicos y fortaleciendo el posicionamiento de la Facultad como un espacio comprometido con la comunicación pública, democrática e inclusiva. De esta forma, se consolidará un ecosistema educomunicativo que une acción, formación y transformación.

4.7 Evaluación, Proyección y Sostenibilidad



Uno de los elementos clave para asegurar la continuidad y mejora del proyecto “Juventud UCM” es el diseño de una estrategia de evaluación participativa. Esta incluirá tanto instrumentos cuantitativos (número de visualizaciones, participación en talleres, encuestas) como cualitativos (entrevistas de retroalimentación, diarios reflexivos, análisis de impacto social). Esta evaluación servirá para ajustar el formato, los contenidos y las dinámicas de trabajo, en función de los intereses reales de los participantes y la audiencia.

La sostenibilidad del proyecto dependerá de su capacidad de generar comunidad. Para ello, es crucial crear roles de responsabilidad compartida, fomentar la tutoría entre pares, y articular el proyecto con asignaturas o prácticas curriculares que le den continuidad institucional. También será importante establecer alianzas con otros espacios de comunicación universitaria, como Inforadio, Infoactualidad o Videofactoría, creando redes de colaboración que potencien recursos y saberes.

Desde una perspectiva educomunicativa, esta propuesta no se agota en la producción de contenidos, sino que pretende activar procesos. Procesos de aprendizaje, de empoderamiento, de transformación simbólica. El verdadero éxito del proyecto no se medirá solo por su número de seguidores, sino por su capacidad de influir en la forma en que los estudiantes piensan, narran y viven su realidad como sujetos juveniles en un entorno universitario.

Finalmente, “Juventud UCM” aspira a convertirse en una experiencia replicable y escalable. Su formato modular, su enfoque pedagógico y su metodología participativa permiten que otras facultades, universidades o colectivos juveniles puedan adaptarla a sus propios contextos. En un mundo atravesado por discursos polarizados, esta propuesta se presenta como una apuesta por la comunicación dialógica, transformadora y profundamente humana.

4.8 Destinatarios



La definición precisa de los destinatarios es fundamental para el éxito de cualquier intervención educomunicativa, ya que permite enfocar los esfuerzos y diseñar estrategias ajustadas a las necesidades y características específicas de quienes participan y se benefician del proyecto. En el caso de “Juventud UCM”, se ha optado por una visión inclusiva y amplia que involucra a distintos actores de la comunidad universitaria, desde estudiantes de distintas disciplinas hasta personal académico y organizaciones externas. Esto responde a la necesidad de crear un ecosistema colaborativo que potencie el impacto educativo y social del proyecto.

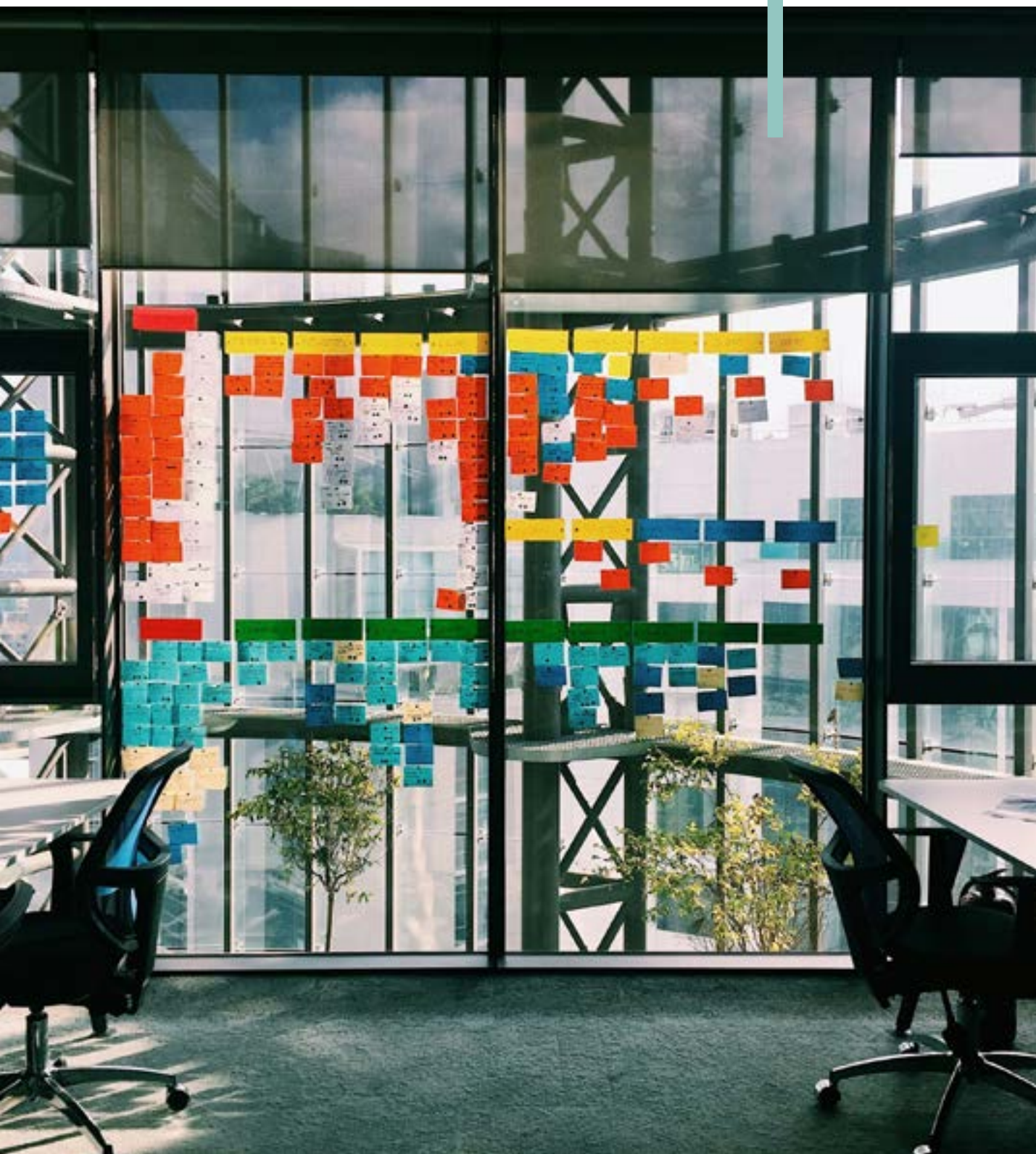
El énfasis principal en estudiantes de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad responde a que son estos quienes cuentan con formación básica en medios y comunicación, lo que facilita el aprendizaje y la producción de contenidos con un mayor nivel técnico y reflexivo. Sin embargo, la inclusión de estudiantes de otras disciplinas abre la propuesta a la diversidad de miradas y saberes, enriqueciendo los procesos creativos y analíticos. Este pluralismo académico fomenta el diálogo interdisciplinar y fortalece la capacidad crítica y la innovación comunicativa.

Por otro lado, la participación de profesores, investigadores y personal docente como facilitadores o mentores es clave para asegurar un acompañamiento pedagógico sólido, que garantice la calidad formativa del proyecto. Estos actores también actúan como puentes entre la teoría académica y la práctica, aportando una visión crítica, orientadora y ética que fortalece el compromiso social de los estudiantes.

Asimismo, la apertura a colectivos estudiantiles, asociaciones juveniles, ONGs y otras entidades externas amplía el alcance del proyecto, situándolo en un contexto social más amplio y vinculándolo con realidades y problemáticas concretas. Esta relación con actores sociales promueve una educomunicación contextualizada y transforma el proyecto en un espacio de diálogo y acción colectiva, donde la producción mediática se convierte en una herramienta para el cambio social.

En suma, este enfoque inclusivo y plural no solo beneficia a quienes producen contenidos, sino también a quienes los consumen, generando una doble línea de impacto: por un lado, educativo, mediante la formación de estudiantes críticos y activos; y por otro, social, al promover representaciones diversas y auténticas que dialogan con la realidad universitaria y social.

4.9 Metodología



La metodología adoptada en el proyecto “Juventud UCM” se fundamenta en los principios de la educomunicación, que entiende la educación y la comunicación como procesos inseparables y complementarios. Este paradigma apuesta por la participación activa, la horizontalidad en el intercambio de saberes y la producción colectiva de conocimientos y contenidos, con la finalidad de generar transformaciones sociales y culturales profundas. La educomunicación es especialmente pertinente en contextos universitarios, donde se forman futuros profesionales y ciudadanos críticos.

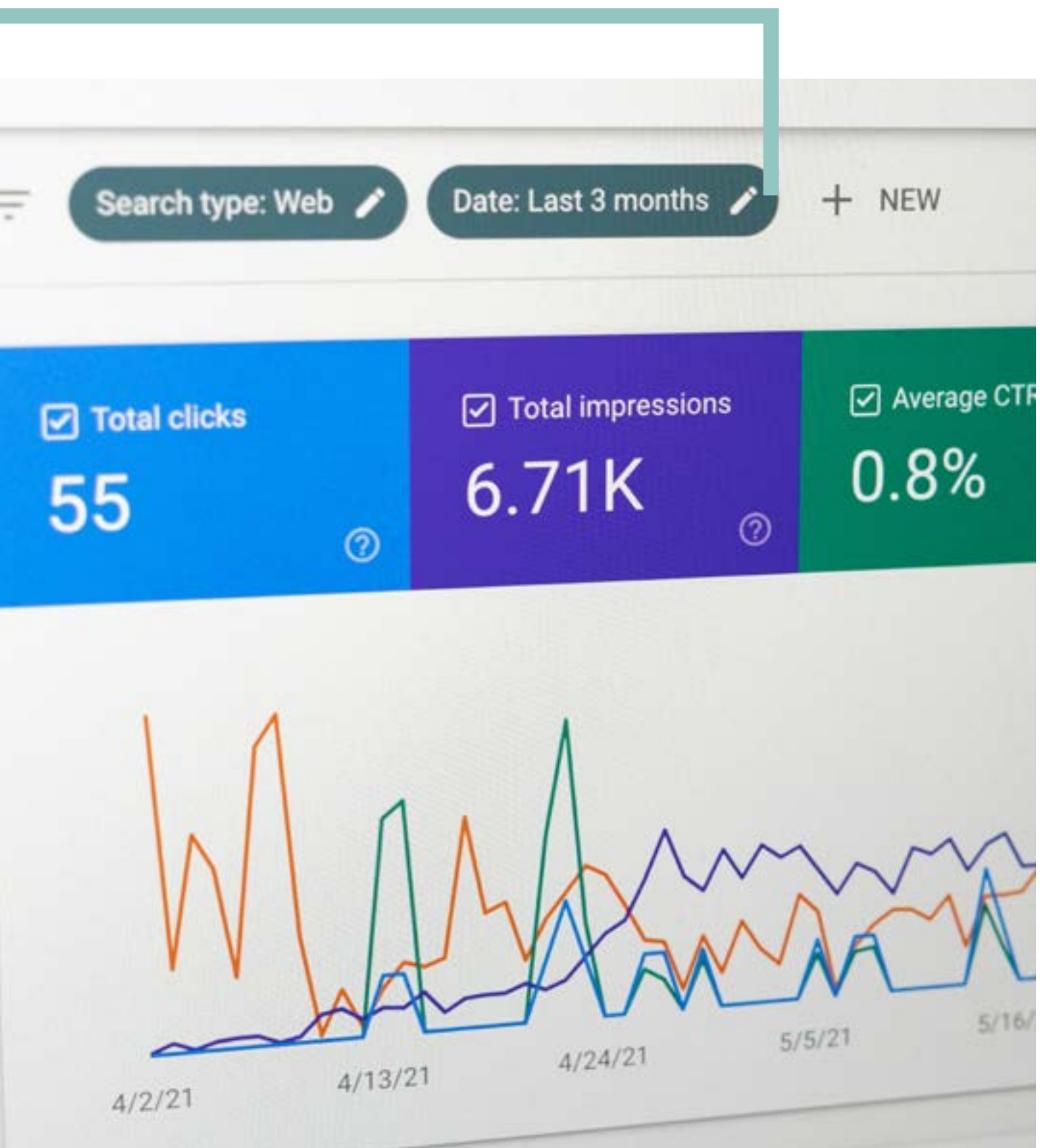
Uno de los pilares metodológicos es el aprendizaje basado en proyectos (ABP), que traslada a los estudiantes del rol pasivo al activo, promoviendo el aprendizaje a través de la experiencia concreta y significativa. La producción de medios reales con objetivos claros estimula la responsabilidad, la creatividad y el trabajo en equipo, facilitando la adquisición de competencias técnicas y analíticas que trascienden el aula.

Los talleres participativos complementan esta dinámica, combinando teoría, análisis crítico y ejercicios prácticos. Esta estructura garantiza que los estudiantes no solo aprendan a manejar herramientas y técnicas, sino que también desarrollen una mirada crítica sobre los contenidos y las formas de comunicación. El análisis crítico de medios, en particular, permite cuestionar las narrativas hegemónicas, los estereotipos y los discursos de poder que suelen invisibilizar o distorsionar a ciertos colectivos, especialmente a la juventud.

La creación colaborativa en equipos multidisciplinarios es otra característica esencial que promueve la inclusión y la diversidad de perspectivas. Trabajar en grupos heterogéneos estimula el consenso, la empatía y el intercambio de saberes, valores indispensables para una comunicación ética y efectiva. Además, esta dinámica prepara a los estudiantes para el trabajo profesional en entornos reales, donde la cooperación y el respeto por la diversidad son clave.

Por último, la evaluación formativa y la reflexión continua constituyen un eje fundamental del proceso pedagógico. La retroalimentación constante y la autoevaluación permiten a los participantes identificar fortalezas, áreas de mejora y aprendizajes significativos, fortaleciendo su autonomía y compromiso con la calidad y la ética comunicativa. Esta metodología integral asegura que la apropiación de herramientas mediáticas vaya acompañada de una actitud crítica y transformadora frente a los discursos dominantes.

4.10. Resultados previsibles y prospectiva de futuro



Como parte de los resultados previsibles y prospectiva a futuro se pretende lograr:

- La Sensibilización sobre la diversidad entre estudiantes, docentes y oyentes

Uno de los resultados más esperables del proyecto es la creación de espacios formativos y comunicativos donde se fomente la sensibilización hacia la diversidad en todas sus formas: cultural, étnica, sexual, funcional, de género y generacional. La universidad, como espacio privilegiado de construcción de conocimiento y ciudadanía, no puede quedar al margen de los debates que atraviesan a la sociedad en su conjunto. En este sentido, el proyecto busca articular prácticas educomunicativas que cuestionen estereotipos, visibilicen realidades invisibilizadas y promuevan una cultura de respeto y equidad.

La sensibilización no se limita a la simple exposición de contenidos, sino que implica una transformación progresiva de actitudes, discursos y prácticas. A través de talleres, debates, campañas y productos audiovisuales, tanto estudiantes como docentes serán invitados a reflexionar críticamente sobre sus propios marcos de referencia, reconociendo prejuicios y ampliando su comprensión del mundo social. Este ejercicio no solo favorece la inclusión dentro del ámbito universitario, sino que también fortalece competencias éticas y profesionales clave para futuros comunicadores y educadores.

Además, al incluir también a los oyentes externos —ya sea a través de podcasts, emisiones digitales o presentaciones públicas—, el proyecto extiende su impacto más allá del aula, generando una comunidad de oyentes crítica y sensibilizada, capaz de replicar estas prácticas en otros entornos sociales. De este modo, se espera una repercusión social sostenida, que coloque a la Facultad como un referente de innovación pedagógica y compromiso con la diversidad.

- Creación de contenidos replicables en otras facultades

Otro resultado relevante consiste en la generación de contenidos transferibles y adaptables a otros contextos académicos, tanto dentro como fuera de la Universidad Complutense. Esta replicabilidad no solo responde a una lógica de eficiencia y aprovechamiento de recursos, sino que también potencia la vocación transversal y colaborativa del proyecto, facilitando la creación de redes interfacultativas e interuniversitarias.

Los productos resultantes —campañas audiovisuales, podcasts, cápsulas educativas, guías metodológicas— serán diseñados desde una lógica modular y abierta, permitiendo su uso por parte de otros grupos de trabajo, docentes o asociaciones estudiantiles. Asimismo, se promoverá una licencia de uso libre (Creative Commons) que facilite su reutilización y adaptación, garantizando el acceso y la circulación del conocimiento generado.

En este sentido, se prevé que la iniciativa pueda convertirse en una referencia metodológica para proyectos similares en otras facultades, tanto del ámbito de las ciencias sociales como de otras disciplinas. Esta perspectiva no solo amplía el alcance del proyecto, sino que contribuye a fortalecer una cultura universitaria basada en la cooperación, la interdisciplinariedad y el compromiso social.

Por ello, la replicabilidad también es una vía de sostenibilidad institucional, ya que, al demostrar resultados positivos y adaptables, se refuerza la posibilidad de obtener apoyo futuro, tanto interno como externo (financiamiento, alianzas, difusión), asegurando así la proyección a largo plazo del proyecto.

- Empoderamiento del alumnado como creadores críticos

Uno de los pilares fundamentales de “Juventud UCM” es el empoderamiento del alumnado como sujeto activo de la comunicación, no solo como receptor de contenidos, sino como creador de discursos, narrativas y propuestas transformadoras. Este empoderamiento implica un doble proceso: por un lado, la adquisición de habilidades técnicas y expresivas, y por otro, la construcción de una conciencia crítica y ética respecto al rol social de los medios.

A través de su participación en todas las fases del proyecto —desde la planificación hasta la difusión— los estudiantes serán animados a reflexionar sobre los temas que los afectan directamente y a traducir esa reflexión en productos comunicativos con impacto social. Esta experiencia formativa promueve no solo la creatividad, sino también la autonomía, el liderazgo y la responsabilidad colectiva, cualidades esenciales para su desarrollo académico y profesional.

Además, se espera que esta vivencia fomente una identidad comunicativa comprometida, en la que los estudiantes se reconozcan como actores con capacidad de intervenir en su entorno mediante el uso consciente de los lenguajes mediáticos. El hecho de que puedan ver sus trabajos difundidos en plataformas públicas y recibir retroalimentación, refuerza su autoestima, su sentido de pertenencia y su visión de futuro como comunicadores transformadores.

En suma, este empoderamiento trasciende lo técnico: es un proceso político y pedagógico que sitúa al alumnado en el centro del cambio, promoviendo una comunicación más democrática, diversa e inclusiva.

05

LIMITACIONES DEL PROYECTO



Una de las principales limitaciones del proyecto radica en el corto período de prácticas en el que fue concebido e implementado. La naturaleza temporal de la intervención restringe su proyección a largo plazo, dificultando la consolidación de dinámicas sostenibles y la evaluación del impacto profundo en el entorno académico y social. Esta limitación temporal impide también una mayor sistematización de los procesos formativos y creativos.

Otro obstáculo importante es el acceso limitado a recursos técnicos en determinados momentos. Aunque se cuenta con equipamiento básico, las exigencias de producción audiovisual de calidad requieren una disponibilidad constante de cámaras, micrófonos, ordenadores y espacios adecuados. Esta carencia puntual de tecnología puede afectar el ritmo y la calidad de las producciones.

Asimismo, se debe considerar la carga académica de los estudiantes, que muchas veces dificulta su disponibilidad para participar activamente en todas las etapas del proyecto. La falta de tiempo y la prioridad de otras asignaturas pueden reducir la implicación de algunos miembros, generando una participación desigual o discontinua.

Finalmente, la continuidad del proyecto más allá del semestre académico depende en gran medida de la voluntad institucional y de la existencia de mecanismos que garanticen su permanencia. La falta de una estructura formal de seguimiento o de reconocimiento académico oficial puede comprometer la replicabilidad y la expansión del programa. Estas limitaciones, si bien reales, no impiden el valor de la experiencia ni su potencial transformador. Por el contrario, sirven como puntos de partida para reflexionar sobre los desafíos comunes en las propuestas educomunicativas y buscar estrategias que fortalezcan su implementación futura

06

AUTOVALORACIÓN



Estas prácticas me han brindado la oportunidad de fortalecer mis habilidades comunicativas, técnicas y éticas. He llegado a entender el valor del enfoque educomunicativo y la importancia de representar de manera justa e inclusiva a los grupos universitarios. Además, he desarrollado la capacidad de coordinar propuestas colaborativas y realizar análisis críticos del discurso mediático.

En resumen, mi paso por los diferentes departamentos ha sido un verdadero punto de inflexión en mi formación como profesional de los medios. Esta experiencia ha sido fundamental para consolidar no solo mis habilidades técnicas, sino también una comprensión profunda del ejercicio ético y social de la comunicación. He aprendido a moverme con confianza en distintos formatos y entornos —radio, prensa digital, televisión y producción audiovisual— siempre con una actitud proactiva, reflexiva y comprometida con la representación justa y responsable de los grupos universitarios.

En Inforadio, asumí tareas relacionadas con la producción y conducción de programas de radio con enfoque social, lo que me permitió mejorar mi expresión oral, la escritura de guiones y la coordinación en directo. Participar como locutora en el programa “Uno, Dois, Troyka” y producir contenido para “Esto es lo que hay” fortaleció mi capacidad para trabajar bajo presión, adaptarme al ritmo de emisión en vivo y construir mensajes con una perspectiva inclusiva.

La etapa en Infoactualidad me sumergió en el mundo del periodismo digital de una manera muy práctica. Tuve la oportunidad de observar y acompañar a los becarios en su trabajo de cobertura de noticias y reportajes, lo que me permitió poner en práctica criterios de rigor, objetividad y claridad informativa. Esta experiencia fortaleció mi mirada crítica hacia las narrativas mediáticas que influyen en la vida universitaria y su impacto en la sociedad.

En Videofactoría, viví de cerca el proceso de producción documental utilizando recursos accesibles, lo que me motivó a aplicar las técnicas de entrevista y edición que había aprendido en clase en situaciones reales. Esta labor me llevó a reflexionar sobre cómo los medios representan las realidades sociales y cómo podemos intervenir de manera ética y creativa en ese relato colectivo.

Concluyendo que, las sesiones prácticas en los platós de televisión, junto con las clases de edición y postproducción, me ofrecieron una visión integral del proceso audiovisual. Comprendí la importancia de combinar el dominio técnico con una sensibilidad hacia los temas, especialmente cuando se trata de cuestiones sociales que requieren un tratamiento respetuoso, informado y educativo.

07

RESULTADOS Y CONCLUSIONES GENERALES DE INVESTIGACIÓN



7.1. Medios de comunicación tradicionales y emergentes en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM con mayor difusión de contenidos

En la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, la difusión de contenidos se distribuye entre varios medios de comunicación que combinan formatos tradicionales y emergentes, reflejando la diversidad y riqueza del ecosistema comunicativo de la institución. En este contexto, Inforadio destaca como el medio con mayor alcance, con un 35% de la difusión total. Esta plataforma de radio universitaria, aunque basada en un formato tradicional, ha sabido adaptarse a los nuevos hábitos de consumo digital mediante emisiones online, podcasts y programas en directo, consolidándose como un canal fundamental para llegar a la comunidad universitaria y al público interesado en contenidos informativos y culturales.



Por su parte, Infoactualidad representa un canal dinámico con un 30% de la difusión. Su éxito radica en la combinación de actualidad informativa y contenido audiovisual, que se distribuye principalmente en plataformas digitales, lo que facilita el acceso inmediato y masivo a través de redes sociales y páginas web. Esta flexibilidad la convierte en un medio emergente clave dentro del entorno universitario, capaz de captar la atención de audiencias jóvenes y diversas, y ofrecer una cobertura ágil de temas relevantes para la comunidad.

En tercer lugar, Videofactoría aporta un 25% de la difusión, consolidándose como un espacio audiovisual donde se producen y comparten contenidos de calidad con un enfoque creativo y técnico. Este medio aprovecha el potencial visual y narrativo para atraer audiencias, fomentando la participación activa de estudiantes y profesionales en la creación de piezas audiovisuales innovadoras. Su relevancia en el panorama de medios universitarios destaca por combinar formación práctica con producción real, fortaleciendo así el aprendizaje aplicado.

Por último lugar, las clases prácticas en Platós de Televisión, Grabación, Edición y Postproducción suman un 10% de la difusión, reflejando su papel más focalizado en la formación y producción interna. Aunque su alcance es más limitado en comparación con los otros medios, estas prácticas son esenciales para el desarrollo de competencias técnicas y creativas en los estudiantes. Además, generan contenidos que, a través de los canales mencionados, pueden llegar a un público más amplio, contribuyendo a la proyección y visibilidad del trabajo académico y profesional de la facultad.

En conjunto, esta distribución demuestra un equilibrio entre medios consolidados y emergentes, con diferentes enfoques y públicos, que en su conjunto enriquecen el ecosistema comunicativo de la Facultad. La integración de formatos radiofónicos, informativos, audiovisuales y prácticos garantiza una cobertura diversa, favorece la formación integral de los estudiantes y asegura una presencia significativa en el ámbito universitario y más allá.

7.2. Análisis crítico de la representación mediática de los estudiantes de la UCM

Los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) en los programas radiales, publicaciones de artículos, televisivos, investigaciones y podcast en redes sociales y plataformas están caracterizados por una amplia gama que refleja no solo la pluralidad dentro de la propia comunidad estudiantil, sino también la forma en que la institución se enfrenta a temas de inclusión social y discursos de odio.

En primer lugar, los medios universitarios, como Inforadio, Infoactualidad, Videofactoría y clases teóricas y prácticas de Televisión, tienen un compromiso con representar una amplia gama de voces estudiantiles, a menudo enfocándose en cuestiones de actualidad, derechos sociales y temas relevantes para la comunidad universitaria. A través de la radio, los estudiantes abordan no solo cuestiones locales de la universidad, sino también temas globales y nacionales. La cobertura de eventos, el análisis de políticas públicas y el tratamiento de problemáticas sociales permiten a los estudiantes posicionarse como agentes activos en la construcción de una sociedad más equitativa.

Asimismo, los estudiantes internacionales influyen significativamente en el desarrollo de la programación ya que aportan ideas y nuevas perspectivas como parte de la comunidad universitaria. Estos enfoques enriquecen los contenidos producidos, permitiendo un análisis crítico sobre temas de diversidad cultural, migración, racismo, y feminismo, que se abordan tanto en los contenidos radiales como audiovisuales. Los estudiantes internacionales, como la entrevistada Yun, ofrecen una mirada enriquecida por sus experiencias personales, lo que favorece una representación más compleja y profunda de los problemas sociales y culturales actuales.

A través de las entrevistas realizadas a los miembros de los diferentes departamentos, como Inforadio y Infoactualidad, es posible identificar una clara tendencia hacia la creación de contenidos inclusivos y accesibles para la comunidad. No solo se enfocan en representar la diversidad, sino que también buscan integrar temas sensibles como el racismo, el machismo y la homofobia en sus reportajes y documentales, aunque a menudo se enfrentan a desafíos logísticos y técnicos para tratar estos temas con la profundidad que requieren. En general, la representación mediática dentro de la universidad parece estar alineada con una voluntad de inclusión, sin dejar de lado los retos inherentes al trabajo con estos temas delicados.

7.3. Análisis del tratamiento de temas inclusivos, sociales y discursos de odios en los programas y publicaciones de la UCM

El tratamiento de la inclusión social y los discursos de odio en los contenidos producidos por los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid refleja un enfoque consciente y ético, aunque no exento de retos. Los medios universitarios, como Inforadio, Infoactualidad y Videofactoría, han integrado temas de inclusión social y diversidad en sus programas, con un enfoque que busca sensibilizar a la audiencia y promover el respeto por las distintas identidades.

En el ámbito de la radio, programas como “Esto es lo que hay” y “Uno, Dois, Troyka” abordan diversas temáticas sociales, promoviendo la discusión de temas como la violencia de género, la migración, y los derechos de las comunidades LGTBIQ+. Estos programas, a menudo elaborados por estudiantes, no solo representan a colectivos vulnerables, sino que también utilizan sus plataformas para educar y generar conciencia sobre la importancia de la inclusión social.

La inclusión en los medios estudiantiles no se limita solo a la representación de minorías, sino que también aboga por la erradicación de discursos de odio a través de enfoques narrativos que buscan visibilizar las realidades de los grupos históricamente marginados, como las mujeres, personas con discapacidad y comunidades raciales. El tratamiento ético de temas delicados como el racismo y la homofobia, es un desafío en la sociedad actual. En Videofactoría, por ejemplo, los creadores de contenido deben equilibrar la representación fiel y respetuosa de los problemas sociales, sin caer en la explotación de los mismos. Esto se evidencia en las entrevistas realizadas a los responsables de producción.

De igual modo, el uso de redes sociales como Instagram, Twitter y TikTok en la promoción de contenidos ofrece a los estudiantes una plataforma poderosa para llegar a audiencias más amplias y crear un impacto más inmediato. Las estrategias de visibilidad y alcance empleadas por Inforadio y otros departamentos son clave para generar una mayor participación e interacción en temas sociales. Los hashtags, los posts y los videos breves son herramientas efectivas para captar la atención de un público joven, promoviendo temas de diversidad e inclusión de manera dinámica.

Por otra parte, es importante señalar que, aunque los estudiantes están trabajando activamente en la creación de contenidos que favorezcan la inclusión y prevengan los discursos de odio, las plataformas universitarias aún tienen un largo camino por recorrer en términos de formación específica sobre el tratamiento de estos temas. Algunos departamentos, como Videofactoría, señalan que la formación sobre cómo abordar la

diversidad y evitar los discursos de odio no está lo suficientemente especializada, lo que deja a los estudiantes con una responsabilidad adicional de autoformarse y desarrollar enfoques éticos en la producción de contenidos.

08

CONCLUSIONES



A modo de conclusión, se pudo apreciar que los medios producidos por los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid son una clara muestra de su compromiso con la inclusión social, la representación de la diversidad y la erradicación de los discursos de odio. A partir de la participación activa de los estudiantes en programas radiales, creación de artículos, reportajes, documentales y publicaciones en redes sociales, se abordan temáticas sociales que resultan relevantes y sensibilizan a su audiencia sobre la importancia de la equidad, el respeto y la empatía en el ámbito mediático. Sin embargo, los desafíos técnicos, éticos y logísticos continúan siendo una barrera que requiere un enfoque más profundo en la formación y las políticas internas de los departamentos para garantizar una representación precisa y respetuosa de los temas tratados.

Los análisis realizados en su conjunto, durante la etapa de las prácticas, me han proporcionado una formación integral que ha fortalecido mi identidad profesional como comunicadora comprometida con el enfoque educomunicativo, el pensamiento crítico y la construcción de una comunicación universitaria más justa e inclusiva. Además, he adquirido mayor experiencia en los medios de prensa, radio y televisión, así como el aprendizaje de programas para la grabación y edición de audios videos y sus publicaciones en redes sociales. Estuve en contacto tanto con estudiantes como con profesores que están estrechamente vinculados a los medios tanto tradicionales como emergentes.

Puse en práctica los conocimientos adquiridos en el máster y las clases personalizadas que recibí durante este corto período; tuve, además, el apoyo y acompañamiento de mi tutor en todo momento. Es preciso resaltar, que el departamento Inforadio como el de Videofactoría me posibilitaron una formación integral en la producción de programas con el uso de la técnica en las consolas de radio, teléfonos móviles para la creación de documentales y un enfoque más amplio sobre las prácticas éticas en el tratamiento de temas sociales.

Gracias a la posibilidad de trabajar con dispositivos móviles y realizar entrevistas a compañeros pude aplicar los conocimientos adquiridos en clases en un contexto real de producción. Del mismo modo, logré reflexionar sobre el papel que juegan los medios en la exposición de la realidad de la sociedad.

Por otra parte, las prácticas en los platós de televisión y las clases de edición y postproducción me permitieron observar la simulación de programas en vivo y la aplicación de herramientas profesionales de edición, esta experiencia hizo posible que comprendiera cómo se crea y se transforma contenido audiovisual, con especial énfasis en cómo los temas sociales pueden ser tratados en un contexto universitario de manera responsable y efectiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



- Aguaded, I. (2024). Vivimos en un mundo con miles de opciones y debemos aprender a elegir [Conferencia]. MediaLab UGR. <https://acortar.link/yIPhHv>
- Aguaded, I., & Romero-Rodríguez, L. M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 16(1), 44–57. <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Bacher, S. (2024). El poder de la Educación Mediática: Reflexiones con Ignacio Aguaded y Joan Ferrés. <https://acortar.link/V2jTqB>
- Centro de Estudios Financieros. (s.f.). Tecnología, Ciencia y Educación. <https://acortar.link/sO0GDN>
- Downing, J. D. H. (2010). Medios alternativos y democracia radical. Barcelona: Gedisa.
- Fundación Infancia y Aprendizaje. (1989–presente). C&E. Cultura y Educación. <https://acortar.link/KL8Ckl>
- Gómez, R., & Guarín, D. (2018). Educomunicación para la inclusión y la ciudadanía: análisis crítico de medios y formación para la paz. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 15(29), 45–57.
- Grupo Comunicar Ediciones. (1993–presente). Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. <https://www.revistacomunicar.com>
- Martínez, J., & Servaes, J. (2012). Educomunicación para una cultura de paz: Diálogo entre culturas y medios de comunicación. Madrid: Editorial CCS.
- Narváez, M. (2013). Educomunicación y alfabetización mediática: ¿tecnología o cultura? <https://acortar.link/hwKQgG>
- Organización de Estados Iberoamericanos. (s.f.). Revista Iberoamericana de Educación. <https://rieoei.org/>
- Red Latinoamericana en Comunicación, Educación e Historia. (2019–presente). Revista Latinoamericana en Comunicación, Educación e Historia. <https://acortar.link/VefECi>
- Rodríguez, C., & Díaz, A. (2015). Comunicación, ciudadanía y cambio social: Teorías y experiencias latinoamericanas. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Servaes, J., & Carpentier, N. (2013). Towards a Sustainable Information Society: Deconstructing WSIS. Bristol: Intellect Books.

- Simancas González, E. (2016). La comunicación en la universidad pública española: De la comunicación instrumental a la comunicación para la democracia y la participación [Tesis doctoral, Universidad de Málaga]. <https://acortar.link/tB7KhD>
- Universidad de Cádiz. (2010–presente). Hachetetepe: Revista Científica de Educación y Comunicación. <https://revistas.uca.es/index.php/hachetetepe>
- Universidad de Navarra. (2001–presente). Estudios sobre Educación. <https://revistas.unav.edu/index.php/estudios-sobre-educacion>.

11

ANEXOS



1- Diario de observación detallado por departamentos. Prácticas en la Universidad Complutense de Madrid. Período: Del 22 de abril al 13 de mayo de 2025

Durante la etapa de prácticas, tuve la oportunidad de participar en diferentes departamentos y actividades dentro de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Este diario descriptivo tiene un enfoque transversal sobre el tratamiento de contenidos sobre la inclusión social, la diversidad y discurso de odio que los estudiantes reflejan en sus programas, espacios o publicaciones. Asimismo, recoge las actividades realizadas durante el periodo de prácticas en la Universidad Complutense de Madrid, con un enfoque en la inclusión social, la diversidad, y el discurso de odio en los medios de comunicación.

Martes, 22 de abril de 2025

Descripción:

El período de prácticas comenzó con una jornada de inducción liderada por el tutor externo, Miguel Ángel Ortiz, quien me dio una cordial bienvenida en el vestíbulo de la Facultad de Ciencias de la Información. Seguidamente, recibí una visita guiada por las instalaciones del centro, lo que facilitó mi familiarización con el ecosistema académico y profesional en el que desarrollaría mis funciones.

Durante el recorrido, accedí a espacios clave para la producción informativa y audiovisual, tales como: Inforadio, Infoactualidad, Videofactoría y los estudios de grabación, así como a áreas comunes que favorecen la convivencia académica. Esta primera toma de contacto resultó enriquecedora para comprender las dinámicas operativas y tecnológicas utilizadas por los estudiantes en la creación de contenidos, marcando así un inicio prometedor para mi proceso de integración profesional.

Posteriormente, se llevó a cabo una reunión con la coordinadora Lola Rodríguez, responsable de Inforadio, con el fin de delimitar los objetivos de observación centrados en diversidad, inclusión y discurso de odio en los productos comunicativos de los medios universitarios. Se estableció una línea de trabajo que permitiera analizar el tratamiento de estas temáticas tanto en la producción como en la emisión de contenidos.

Posteriormente, se realizó un recorrido guiado por las instalaciones de la Facultad, incluyendo los estudios de Inforadio, los espacios de edición y postproducción, las salas de televisión y las redacciones digitales. Esta exploración permitió comprender la infraestructura técnica y organizativa del ecosistema de medios universitarios.

El día concluyó con la observación directa de tres programas radiales en vivo: “Esto es lo que hay”, “A todo Volumen” y “El Informativo”. Se prestó especial atención al funcionamiento del equipo de producción, locución y redes sociales, así como a la dinámica colaborativa entre estudiantes.

Análisis

Desde una perspectiva epistemológica fundamentada en los estudios de comunicación para el cambio social, esta jornada inicial evidenció el potencial de los medios universitarios como agentes de transformación simbólica. La reunión con la coordinadora permitió situar el objeto de estudio en un marco institucional que reconoce la necesidad de fomentar discursos inclusivos en las plataformas de formación profesional.

La infraestructura observada revela un ecosistema comunicativo privilegiado, que brinda a los estudiantes las condiciones necesarias para una experimentación realista del ejercicio periodístico. Sin embargo, la observación directa de los programas puso de manifiesto ciertos vacíos discursivos en la tematización crítica de la diversidad, así como una reproducción inadvertida de formatos que no siempre favorecen una mirada interseccional.

En suma, este primer acercamiento empírico proporcionó una base sólida para desarrollar una mirada analítica sobre los modos de producción y representación mediática de la alteridad, la cual será fundamental para el análisis integral de las prácticas posteriores.

Miércoles, 23 de abril de 2025

Descripción:

La jornada inició con un ejercicio de revisión sistemática de guiones radiales utilizados en programas con contenido social. Se abordó la estructura narrativa de los textos y se identificaron los géneros periodísticos empleados. Especial atención se dio al tratamiento de temáticas como género, discapacidad, migración y diversidad sexual.

A continuación, se realizaron entrevistas en profundidad a productoras responsables de programas con enfoque social, entre ellas Arancha Guerrero (“Uno, Dois, Troyka”), Ana Carcelén (“Tenemos que hablar”) y Julia Rodríguez (“Esto es lo que hay”). Estas entrevistas fueron diseñadas bajo un protocolo de observación cualitativa para identificar las motivaciones, obstáculos y estrategias discursivas de cada programa.

Finalmente, se llevó a cabo una sesión de formación técnica en el uso de Audacity y Adobe Premiere, orientada a familiarizarse con las herramientas de edición sonora y

audiovisual. La tutoría estuvo a cargo de Alessandra Gamboa, encargada de multimedia y redes.

Análisis:

El análisis de los guiones evidenció un uso reiterado de estructuras narrativas tradicionales, donde la inclusión aparece más como temática que como metodología. Esto refleja una tensión entre la intención de visibilizar y la reproducción de estereotipos, lo que plantea la necesidad de repensar los marcos narrativos desde una epistemología decolonial e inclusiva.

Las entrevistas revelaron una diversidad de enfoques personales y profesionales, pero también una carencia de lineamientos institucionales claros respecto al tratamiento de temas sensibles. La producción de contenidos inclusivos depende en gran medida de la agencia individual, lo que limita la sostenibilidad de estos enfoques en el tiempo.

En términos técnicos, la capacitación en herramientas digitales representó una extensión significativa de las competencias profesionales. No obstante, se observa que el uso de estas tecnologías no siempre se alinea con una ética de la representación, lo que reitera la importancia de integrar la perspectiva de derechos en la formación audiovisual.

Jueves, 24 de abril de 2025

Descripción:

La jornada se desarrolló en los platós de televisión 1 y 2, donde se observaron las clases prácticas de estudiantes de cuarto año de Comunicación Audiovisual. Se presencié la producción de programas musicales en vivo, prestando atención al trabajo en equipo, al diseño de guiones y a la interacción entre los roles técnicos y creativos.

Además, se realizó una revisión crítica de los procesos de preproducción, grabación, montaje y postproducción. En este contexto, se identificaron los elementos técnicos y estéticos que contribuyen a una representación ética de la diversidad en los productos audiovisuales.

La tarde concluyó con una conversación informal con los profesores Alberto García y Nacho Martín, quienes compartieron sus experiencias pedagógicas en torno a la enseñanza de herramientas profesionales como Adobe Premiere y DaVinci Resolve.

Análisis:

La inmersión en el entorno televisivo permitió observar el potencial formativo de

la simulación como estrategia didáctica. La producción en vivo implica una serie de decisiones éticas y narrativas que, aunque a menudo no se tematizan de forma explícita, tienen implicaciones directas en la construcción de imaginarios sociales.

El análisis de los guiones y del tratamiento visual de los contenidos reveló una escasa problematización de la diversidad, lo que sugiere la necesidad de incorporar módulos de análisis crítico y de inclusión en el currículo técnico. En este sentido, la formación técnica no debe dissociarse del compromiso social.

Finalmente, la interacción con el profesorado puso en evidencia la existencia de saberes pedagógicos implícitos, que podrían potenciarse mediante una sistematización institucional orientada a la justicia social. La ética del montaje y la edición constituye un campo clave para abordar las tensiones entre estética y representación.

Jueves, 25 de abril de 2025

Descripción:

La jornada se desarrolló en los platós de televisión 1 y 2, donde se observaron las clases prácticas de estudiantes de cuarto año de Comunicación Audiovisual. Se presenció la producción de programas musicales en vivo, prestando atención al trabajo en equipo, al diseño de guiones y a la interacción entre los roles técnicos y creativos.

Además, se realizó una revisión crítica de los procesos de preproducción, grabación, montaje y postproducción. En este contexto, se identificaron los elementos técnicos y estéticos que contribuyen a una representación ética de la diversidad en los productos audiovisuales.

La tarde concluyó con una conversación informal con los profesores Alberto García y Nacho Martín, quienes compartieron sus experiencias pedagógicas en torno a la enseñanza de herramientas profesionales como Adobe Premiere y DaVinci Resolve.

Análisis:

La inmersión en el entorno televisivo permitió observar el potencial formativo de la simulación como estrategia didáctica. La producción en vivo implica una serie de decisiones éticas y narrativas que, aunque a menudo no se tematizan de forma explícita, tienen implicaciones directas en la construcción de imaginarios sociales.

El análisis de los guiones y del tratamiento visual de los contenidos reveló una escasa problematización de la diversidad, lo que sugiere la necesidad de incorporar módulos de análisis crítico y de inclusión en el currículo técnico. En este sentido, la formación técnica no debe dissociarse del compromiso social.

Finalmente, la interacción con el profesorado puso en evidencia la existencia de saberes pedagógicos implícitos, que podrían potenciarse mediante una sistematización institucional orientada a la justicia social. La ética del montaje y la edición constituye un campo clave para abordar las tensiones entre estética y representación.

Lunes, 28 de abril de 2025

Descripción:

Durante esta jornada, se participó en una clase especializada sobre realización de documentales con móviles, impartida por el profesor Daniel Aparicio en el marco del programa de Videofactoría. La sesión se centró en los principios básicos de la narrativa audiovisual y en las posibilidades expresivas del formato móvil como herramienta democratizadora del relato social.

Posteriormente, se visualizó una selección de documentales producidos por estudiantes, con temáticas centradas en la diversidad cultural, la migración y las brechas de género. Se discutieron los recursos técnicos empleados, como el encuadre, la iluminación natural y el montaje narrativo. El día concluyó con una sesión práctica de grabación, en la que se realizaron entrevistas breves a estudiantes como parte del entrenamiento técnico.

Este día la salida fue temprano porque hubo un apagón a nivel nacional e internacional.

Análisis:

La jornada ofreció una experiencia inmersiva en la producción documental desde una perspectiva pedagógica crítica. La elección del teléfono móvil como herramienta de producción no solo responde a una lógica de accesibilidad, sino también a una estrategia didáctica para descentralizar el relato hegemónico, dando voz a sujetos tradicionalmente excluidos del discurso audiovisual.

Los documentales visionados permitieron observar cómo el lenguaje audiovisual puede potenciar o limitar la representación de las otredades. En muchos casos, la intención narrativa se ve opacada por una escasa reflexión ética en torno al consentimiento, la mirada y el rol del realizador. De allí se desprende la urgencia de incorporar una formación ética sólida en todos los niveles del proceso audiovisual.

La experiencia práctica consolidó aprendizajes técnicos, pero, más aún, permitió problematizar la estética del testimonio como recurso ético-político. Esta jornada posiciona al dispositivo móvil no solo como tecnología, sino como vehículo potencial

de agencia narrativa en contextos de exclusión.

Martes, 29 de abril de 2025

Descripción:

Durante la mañana, se llevaron a cabo entrevistas a estudiantes que forman parte del equipo de redacción de Infoactualidad, el periódico universitario, así como a la responsable del área de multimedia de Inforadio, la emisora universitaria. Estas entrevistas ofrecieron una visión valiosa del funcionamiento interno de ambos medios y de la implicación de los estudiantes en la producción de contenidos informativos.

Las conversaciones giraron en torno al rol que juegan los medios universitarios en la formación práctica del alumnado, así como a los desafíos que enfrentan al abordar temáticas sociales contemporáneas como la inclusión, la diversidad o la desinformación. Los entrevistados compartieron sus experiencias sobre cómo trasladan sus conocimientos teóricos al entorno real de la comunicación, y cómo estos espacios han fortalecido sus habilidades periodísticas y técnicas.

Posteriormente, la jornada continuó con la participación activa en prácticas de edición de vídeo y gestión de redes sociales. Esta parte del día permitió aplicar herramientas digitales para la elaboración de contenidos audiovisuales, así como estrategias básicas para la optimización de publicaciones en plataformas como Instagram, Twitter o TikTok. La experiencia fue enriquecedora tanto desde el punto de vista técnico como comunicativo.

Análisis:

Uno de los aspectos más notables de esta jornada fue cómo los medios universitarios, aunque en un entorno formativo, están empezando a adoptar discursos que promueven la inclusión y la diversidad. Si bien estos principios están presentes en las narrativas de algunos de los contenidos generados por Infoactualidad e Inforadio, también se observa que su aplicación no responde siempre a una política editorial explícita, sino más bien a la sensibilidad y voluntad de los estudiantes implicados. Esto refleja una oportunidad para que la universidad institucionalice estos valores en sus medios.

En las entrevistas, se evidenció que la conciencia social de los alumnos juega un papel decisivo a la hora de abordar ciertos temas. Algunos estudiantes manifestaron su interés personal en visibilizar la desigualdad de género, las minorías culturales o los problemas del colectivo LGTBIQ+. Sin embargo, también se indicó que falta un marco de referencia común desde la dirección editorial que garantice la coherencia y permanencia de estos enfoques. Esta carencia puede diluir el impacto de los contenidos y limitar su alcance

transformador.

En cuanto a la edición de video y redes sociales, se identificó que estas herramientas no solo se utilizan para dar visibilidad a los mensajes, sino que son una parte integral del proceso de construcción del discurso mediático. La forma en que se editan las imágenes, los textos que se acompañan y las estrategias de publicación pueden reforzar —o debilitar— los principios de equidad, representación y ética comunicativa. Por tanto, la formación en competencias digitales debe ir acompañada de una reflexión crítica sobre la responsabilidad social de quien comunica.

Miércoles, 30 de abril de 2025

Descripción:

La jornada se centró en el monitoreo en tiempo real de contenidos transmitidos por Inforadio, con énfasis en la detección de discursos de odio, estereotipos y narrativas inclusivas. Se utilizó una ficha de observación diseñada previamente que permitía categorizar los tipos de representación presentes en los programas de noticias, música y entretenimiento.

Paralelamente, se realizó una reunión de retroalimentación con el equipo de redes sociales de la emisora, en la que se analizaron las estrategias de difusión de contenido y su relación con las audiencias. Se discutió la manera en que las publicaciones pueden reforzar o contrarrestar sesgos y exclusiones, especialmente en plataformas como X (antes Twitter) e Instagram.

El día concluyó con una tutoría individual con la profesora Pilar Benito, especializada en semiótica, quien ofreció claves teóricas para el análisis del discurso mediático desde una perspectiva crítica decolonial.

Análisis:

La experiencia de monitoreo permitió aplicar herramientas de análisis cualitativo al entorno de medios en vivo, lo cual evidenció tanto avances como limitaciones en la incorporación de una mirada diversa. La mayoría de los programas evita discursos explícitamente discriminatorios, pero aún presentan sesgos implícitos en la selección de voces, enfoques y lenguaje.

La revisión de redes sociales demostró la importancia de considerar los medios digitales como espacios de mediación simbólica, donde la inclusión también se juega en lo visual, en los hashtags, en la interacción con el público. Las redes no son meros canales de difusión, sino espacios de disputa narrativa. La tutoría con la profesora Benito enriqueció el marco conceptual del análisis, subrayando la necesidad de leer los medios no solo como emisores de información, sino como dispositivos culturales que

organizan el sentido común. En ese sentido, el trabajo práctico se complementa con una reflexión crítica indispensable para una formación comunicativa transformadora.

Jueves 1 de mayo y viernes 2 de mayo de 2025 : fueron días festivos...

Lunes, 5 de mayo de 2025

Descripción:

La jornada comenzó con una sesión de análisis de contenido audiovisual emitido durante el fin de semana por Inforadio y la plataforma audiovisual de la Facultad. Se revisaron tres programas grabados previamente: un noticiero estudiantil, un podcast sobre identidad de género y una mesa redonda sobre representación de personas migrantes en medios españoles.

Posteriormente, se realizó un taller práctico sobre lenguaje no verbal y accesibilidad audiovisual, coordinado por la profesora Laura Cañete. La actividad incluyó ejercicios de interpretación de lenguaje corporal en presentaciones televisivas, así como una introducción al uso de subtitulación inclusiva y audiodescripción.

Durante la tarde, se participó en una reunión de planificación de contenidos con el equipo de producción del programa “Tenemos que hablar”. Se discutieron posibles temas para una próxima emisión centrada en juventudes y discursos de odio, con énfasis en la representación positiva de diversidades.

Análisis:

El análisis del contenido audiovisual mostró avances en la incorporación de temas inclusivos, aunque persistieron ciertas tensiones entre la intención discursiva y la ejecución técnica. En el podcast revisado, por ejemplo, la voluntad de visibilización fue clara, pero se evidenció una falta de formación en terminología respetuosa y actualizada.

El taller de accesibilidad aportó herramientas clave para comprender la comunicación como experiencia multisensorial. La reflexión sobre el cuerpo, el gesto y la mirada desde una perspectiva inclusiva puso en evidencia la necesidad de ampliar los criterios editoriales hacia prácticas comunicativas más accesibles para personas con discapacidades.

La reunión de producción permitió observar cómo las decisiones editoriales se negocian colectivamente, y cómo las agendas temáticas se ven influenciadas por marcos ideológicos, intereses personales y contextos institucionales. En este sentido, la planificación de un episodio sobre juventudes y odio mediático representa una

oportunidad para proponer enfoques interseccionales desde la etapa de preproducción.

Martes, 6 de mayo de 2025

Descripción:

Durante esta jornada, me dediqué al análisis de piezas mediáticas elaboradas por estudiantes de la carrera de comunicación, específicamente en el área radiofónica. Las producciones se centraban en coberturas informativas y deportivas, y fueron transmitidas a través de Inforadio, la radio universitaria. Además, mantuve entrevistas con los responsables de ambos espacios, lo cual me permitió conocer el proceso de selección, producción y edición de los contenidos.

Este acercamiento permitió entender cómo se gestiona un medio universitario y qué tipo de competencias desarrollan los estudiantes en un entorno semiprofesional. La observación directa, sumada al diálogo con quienes coordinan los espacios, reveló una estructura de trabajo organizada, aunque sujeta a limitaciones propias de una radio-escuela. Las decisiones editoriales, aunque orientadas a la práctica formativa, requieren una supervisión más especializada para garantizar no solo el aprendizaje técnico, sino también una comprensión crítica de los mensajes que se emiten.

Análisis:

El abordaje de temas de actualidad en estas producciones tiene un impacto directo en la percepción pública y en la formación de criterios por parte de quienes escuchan. La responsabilidad de los medios universitarios va más allá de enseñar a producir: deben promover un pensamiento crítico sobre lo que se comunica. Si bien se observan esfuerzos por incluir un enfoque reflexivo, existe una carencia importante en la incorporación de perspectivas interseccionales, lo cual limita la diversidad de voces y experiencias representadas.

Además, se nota que el enfoque de derechos humanos aún no está completamente internalizado como parte del tratamiento periodístico. Esta omisión puede traducirse en una reproducción de estereotipos o en una falta de profundidad a la hora de contextualizar los hechos. Para que los medios universitarios cumplan su función social, es clave fortalecer la formación en enfoques que no solo informen, sino que también transformen realidades a través de un periodismo ético e inclusivo.

Miércoles, 7 de mayo de 2025

Descripción:

Ese día realicé entrevistas a estudiantes tanto dentro como fuera del ámbito de la facultad, con el objetivo de conocer sus experiencias en medios universitarios. Estas conversaciones me permitieron comprender cómo perciben su participación en los procesos comunicativos, y qué tan preparados se sienten para abordar temas sensibles desde una perspectiva ética. A la par, solicité guiones de programas en curso para analizarlos bajo criterios de inclusión, diversidad y detección de discursos de odio.

La metodología cualitativa empleada fue clave para detectar patrones comunes en la producción estudiantil, especialmente en lo que respecta al lenguaje utilizado, las temáticas elegidas y las referencias culturales incluidas. Los guiones ofrecieron un material valioso para examinar cómo se construyen los mensajes desde el discurso y qué lugar ocupan las minorías o las voces tradicionalmente invisibilizadas en el relato mediático universitario.

Análisis:

El trabajo de campo reafirmó que los medios universitarios son espacios privilegiados para la experimentación, la expresión y el desarrollo profesional. No obstante, esta libertad creativa muchas veces no va acompañada de marcos normativos claros que orienten el tratamiento adecuado de ciertos contenidos. En temas como identidad de género, violencia o diversidad cultural, es evidente la necesidad de contar con pautas éticas que ayuden a evitar errores que, aunque no intencionados, pueden perpetuar estigmas.

La ausencia de protocolos puede derivar en contenidos poco sensibles o en abordajes livianos de temáticas complejas. Para transformar los medios en verdaderos espacios de justicia comunicacional, se requiere no solo voluntad individual, sino también estructuras colectivas que guíen las prácticas desde el respeto, la inclusión y la responsabilidad social. Esto implica formar a los estudiantes con una mirada crítica y comprometida desde los primeros años.

Jueves, 8 de mayo de 2025

Descripción:

El jueves asistí a los platós 1 y 2 donde los estudiantes presentaron sus programas finales de televisión. La experiencia permitió observar de cerca cómo aplican los conocimientos adquiridos en producción audiovisual: desde el diseño del contenido hasta la ejecución técnica. La variedad de formatos —entrevistas, mesas de debate,

informes especiales— reflejó un enfoque integral del proceso de aprendizaje.

Además, fui invitada a participar como entrevistada en dos programas, lo que me dio una perspectiva distinta sobre el rol de los contenidos producidos: ya no desde el análisis externo, sino como parte activa del relato. Esta vivencia me permitió experimentar en primera persona cómo se gestionan los tiempos, el discurso y la interacción en un contexto simulado de transmisión real.

Análisis:

La autonomía de los estudiantes en la producción televisiva es una muestra clara del empoderamiento que genera el aprendizaje basado en la práctica. El hecho de que sean quienes lideran desde la preproducción hasta la edición final les da herramientas clave para enfrentar escenarios reales. No obstante, esta autonomía también pone en evidencia la falta de acompañamiento en cuanto a enfoques éticos y narrativos inclusivos.

Aunque los contenidos están técnicamente bien logrados, aún se percibe una escasa diversidad en las representaciones. Esto refleja que los marcos de análisis crítico no siempre son incorporados de manera transversal. La narrativa visual sigue respondiendo, en muchos casos, a estructuras tradicionales y estandarizadas que no cuestionan el status quo. Por ello, es urgente incorporar desde los primeros cursos un enfoque que priorice la pluralidad, el respeto y la transformación social.

Viernes, 9 de mayo de 2025

Descripción:

Ese día trabajé en la redacción digital de Infoactualidad, colaborando en tareas como la escritura de notas breves, uso de la plataforma WordPress, y la adaptación de contenidos para redes sociales. Participar activamente en el equipo de trabajo me permitió comprender la dinámica de una redacción universitaria que busca integrarse al ecosistema digital actual, con todas sus exigencias.

También observé cómo se diseñan las estrategias de difusión en medios digitales y cómo se adapta el lenguaje según el formato y la plataforma. Esta experiencia me permitió identificar los criterios de selección de noticias, el equilibrio entre inmediatez e información verificada, y el cuidado que debe tenerse al transmitir

mensajes en entornos donde la viralización puede amplificar errores o enfoques inadecuados.

Análisis:

El trabajo en redacción digital evidenció el enorme potencial de los medios universitarios para visibilizar temas sociales desde una mirada innovadora. Sin embargo, también reveló los riesgos de caer en la lógica del clic fácil, en donde el sensacionalismo puede desplazar a la profundidad informativa. Esto obliga a repensar los criterios editoriales para que el impacto visual no sacrifique la rigurosidad del contenido.

Es fundamental establecer una ética del periodismo digital que contemple tanto la fidelidad informativa como el respeto a las personas y contextos narrados. Si los medios universitarios logran este equilibrio, podrán posicionarse no solo como espacios de aprendizaje técnico, sino también como referentes de comunicación comprometida con la transformación social.

Lunes, 10 de mayo de 2025

Descripción:

En la última jornada, concluí oficialmente el período de prácticas y realicé un resumen reflexivo que fue entregado al tutor externo. Este documento sintetizó las actividades desarrolladas durante la semana, los aprendizajes adquiridos y las observaciones críticas sobre los medios universitarios en los que participé.

Este momento de cierre fue clave para articular la experiencia práctica con los marcos teóricos que hemos abordado en la formación académica. La redacción del informe me permitió poner en palabras los avances, pero también las tensiones vividas al participar en espacios donde la producción de contenidos convive con desafíos éticos y pedagógicos.

Análisis:

La instancia de reflexión final permitió evaluar de manera integral el rol de los medios universitarios como laboratorios de formación y como agentes de cambio social. Si bien hay avances importantes en cuanto a autonomía y capacidad técnica del estudiantado, también es evidente la necesidad de fortalecer la mirada crítica, plural y ética desde el inicio del proceso formativo.

Incorporar una perspectiva de derechos, interseccionalidad y diversidad no debe ser un añadido opcional, sino un componente estructural de la educación en comunicación. Solo así los futuros comunicadores podrán ejercer su rol social con responsabilidad, sensibilidad y compromiso hacia las realidades que narran.

2- Cuestionarios (entrevistas), fotografías, links a vídeos

Cuestionarios:

Durante mis prácticas, diseñé un cuestionario para evaluar la percepción de los estudiantes sobre el tratamiento de temas de diversidad e inclusión en los medios de comunicación. Los cuestionarios fueron distribuidos a estudiantes de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Se realizaron un total de 16 entrevistas, que abarcaron estudiantes de Periodismo y de Comunicación Audiovisual.

Objetivo de las entrevistas:

Analizar la representación mediática de los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Información de la UCM y el tratamiento de la inclusión social y discursos de odio en sus programas radiales, televisivos, podcast, investigaciones y publicaciones de artículos en las diferentes plataformas o redes sociales (YouTube, Spotify, Instagram...)

Entrevistas:

1. Departamento de Inforadio

Entrevista a Julia, estudiante de 4to año de periodismo, coordinadora principal del Departamento de Inforadio y del programa “Esto es lo que hay”.

¿Cómo utilizan los medios para informar?

Somos una radio universitaria y nuestro equipo de redactores y locutores está formado por alumnos. Por eso, nos es muy difícil conseguir información de primera mano de fuera de Madrid. Lo suplimos utilizando agencias de comunicación como Europa Press y Agencia EFE. No estamos suscritos a ellas, por lo que la información puede ser un poco limitada. Además, nos guiamos por lo que cubren periódicos digitales. Cuando el hecho sobre el que informar ocurre en Madrid o la Universidad, enviamos a un redactor de informativos y una persona del departamento de multimedia para hacer la cobertura tanto para radio como para redes sociales. En muchas ocasiones podemos entrar en directo desde la calle gracias a la Quantum. Este año la hemos usado para cubrir manifestaciones y la despedida de los reyes al Papa Francisco en la Nunciatura de la Santa Sede en Madrid.

¿Qué redes sociales utilizan para promover los contenidos de Inforadio?

Instagram, TikTok, Twitter y en algunas ocasiones LinkedIn.

¿Qué tipo de contenidos suelen publicar y con qué frecuencia?

Contenidos de los programas en directo. Cada programa tiene su cuenta de Instagram y, por otro lado, hay una cuenta de Inforadio UCM general. Los programas están obligados a etiquetar a Inforadio en todas sus publicaciones y a colaborar con Inforadio aquellos contenidos destacados. Estos contenidos pueden ser entrevistas, reportajes en profundidad sobre un tema destacado y secciones propias que hayan salido especialmente bien. En Tiktok solo hay una cuenta de Inforadio, los programas no pueden tener cuenta propia, que sirve de contenedor de contenidos. Se publica los reels que se suben a Instagram en la misma cuenta de Tiktok: Inforadio UCM. Twitter funciona como Instagram, es decir, cada programa tiene el suyo y, luego, está el general de Inforadio. En este caso, el contenido que se sube es de coberturas realizadas por Inforadio desde el departamento de Multimedia.

Respecto a la frecuencia, depende de la frecuencia de los programas en directo. Quienes emiten diariamente, deben publicar diariamente. Quienes emiten una o dos veces a la semana, deben intentar dosificar su contenido y subirlo como mínimo una vez a la semana; aunque son preferibles tres publicaciones a la semana. La cuenta de Inforadio sube contenido propio diariamente con el añadido de las colaboraciones de los programas.

¿Qué herramientas o programas utilizan para la creación y edición de esos contenidos que publican en las redes sociales?

Canva y Premiere, Illustrator y Photoshop del paquete Adobe.

¿Cómo miden el impacto de las publicaciones que publican?

A través de los propios datos que las cuentas de Instagram y Tiktok recopilan. Con los programas se mantiene una reunión cada seis meses con la Coordinadora de Multimedia donde les enseñan los datos y alcance de sus cuentas propias. En estas reuniones, además, la Coordinadora se encarga de dirigir la estrategia personal de cada uno para ayudarles a alcanzar mayores números.

¿Qué estrategias emplean para maximizar la visibilidad y el alcance de sus contenidos?

Los reels en Instagram sirven para llegar a gente nueva y las fotos fijas para fidelizar a nuestros seguidores. Además, se usan hashtag y se pone la ubicación de la facultad en cada post. En Tiktok se hace contenido especializado, aunque no tienen una frecuencia específica.

¿De qué manera interactúan con la comunidad que sigue sus redes sociales?

A través de las historias de Instagram y el canal de YouTube de los directos.

¿Podrías compartir algún enlace a contenido relacionado con inclusión, diversidad funcional o discursos de odio?

<https://www.instagram.com/p/DIW0Wvii0S9/>

<https://www.instagram.com/p/DHWWHaJiCIE/>

<https://www.instagram.com/p/DJD8Lxut0JH/>

<https://youtube.com/live/IH39hzzKIC8?feature=share>

-

¿Tienen previsto algún proyecto relacionado con la inclusión, diversidad o la prevención de discursos de odio?

El próximo 30 y 31 de mayo se celebra en nuestra facultad el IV Encuentro de Violencia Vicaria donde vamos a tener espacio de 1 hora para hacer un programa de radio en el hall, junto a RNE, Carne Cruda o La SER.

2. Alessa, coordinadora de multimedia y redes sociales del departamento, estudiante peruana de Comunicación Audiovisual.

¿Qué redes sociales utilizan para promover los contenidos de Inforadio?

Actualmente nuestra radio tiene perfiles en YouTube (cuenta desde donde se puede disfrutar de la programación en directo, así como también programas grabados), Instagram (nuestra red social principal), Twitter, Tiktok y LinkedIn.

¿Qué tipo de contenidos suelen publicar y con qué frecuencia?

Procuramos que el contenido sea personalizado acorde a cada plataforma en la mayor medida posible, pero siempre reflejamos el trabajo humano y los highlights de los programas, así como también la cobertura de eventos tanto dentro como fuera de nuestra facultad. Reservamos lo puramente formal e institucional en nuestros perfiles de LinkedIn y Twitter. Nuestro contenido central se genera en Instagram, donde damos un contenido variado y nos sirve de ventana de muestra de la composición de nuestros programas; por otro lado, apostamos por un contenido dinámico y de entretenimiento que sale un poco de la línea “seria” o institucional en nuestro perfil de Tiktok, y finalmente aprovechamos contenido variado en Shorts de YouTube.

¿Qué herramientas o programas utilizan para la creación y edición de esos contenidos?

Nuestro departamento de multimedia trabaja con Adobe Creative Cloud, enfocándonos principalmente en Adobe Premiere Pro, pero también se está trabajando en implementar más Adobe Photoshop y After Effects, que han sido programas que empleamos para trabajos especiales.

Además, en el diseño gráfico del día a día, empleamos Canva.

Solemos grabar la imagen con nuestros móviles y el sonido con equipo TASCAM o Marantz, aunque dependiendo de la disponibilidad de material y el evento que vayamos a cubrir, también hemos llegado a optar por cámaras DSLR.

¿Cómo miden el impacto de las publicaciones que suben?

Nos basamos en las estadísticas propias de cada plataforma, aunque también tenemos en cuenta la analítica facilitada por Metricool (plataforma que también nos ayuda a programar contenido).

¿Qué estrategias emplean para maximizar la visibilidad y el alcance de sus contenidos?

A partir de las analíticas obtenidas analizamos la respuesta de la audiencia. Gracias a ello conocemos los mejores horarios para publicar o qué contenido tendrá mayor éxito que otro. Por supuesto que nos ha ocurrido que la audiencia puede sorprendernos en alguna ocasión dando una gran acogida a un contenido que no teníamos previsto, pero en líneas generales nuestro sistema suele ser estable. Además, trabajamos a través de un calendario de previsiones de eventos que tendremos que cubrir.

¿De qué manera interactúan con la comunidad que sigue sus redes sociales?

Vemos que tiene buen recibimiento y motiva a una mayor interacción el hecho de mostrar el trabajo humano a nivel narrativo, eso motiva a la audiencia a compartir el contenido. Además, nos funciona el User Generated Content, en primer nivel a través de las cuentas de nuestros programas, pero también de nuestros invitados especiales, así como el contenido propio de nuestra audiencia externa.

¿Podrías compartir algún enlace a contenido relacionado con inclusión, diversidad funcional o discursos de odio?

Aquí tienes un par de vídeos que posteamos por el 8M:

<https://www.instagram.com/p/DHMSTUQt40f/?hl=es>

<https://www.instagram.com/p/DHWTpXuv9vl/?hl=es>

¿Tienen previsto algún proyecto relacionado con la inclusión, diversidad o la prevención de discursos de odio?

Como, además de encargarme de la coordinación del departamento de Multimedia en nuestra radio también coordino lo relacionado a diversidad, estamos trabajando en crear contenido dinámico con respecto al calendario de RRHH. Nuestra siguiente meta es poder tratar temas antirracistas y en pos de la comunidad LGBTIQ+.

3. Departamento de Infoactualidad

Pedro Pascual, 3ro de Periodismo y redactor.

¿Qué criterios siguen para seleccionar los temas sociales que abordan en sus artículos?

En Infoactualidad apuestan por temas propios, las noticias y no utilizar regencias de noticias, estanqueidad limitados por el espacio. Los criterios que utilizan son cuestión de cercanía, le interesa que afectan la universidad, a la gente joven y Madrid.

¿Qué lugar ocupan la diversidad y la inclusión en sus contenidos?

El año pasado, uno de los compañeros, Pablo, hizo un reportaje, intentando hacerse eco de las temáticas y contarla en la Infoactualidad.

¿Cómo manejan temas sensibles como el racismo, el machismo, la homofobia o la discapacidad?

No se han tenido que enfrentar a temas sensibles en esos aspectos se cubren reportajes sobre esos temas como la violencia de géneros basados en datos y la realidad y cómo podemos contarlos para que llegue al público y si son realidades sólidas.

¿Crees que existe suficiente representación de colectivos diversos en los contenidos que producen?

Solo cuando surgen, si hay una historia relevante lo hacen.

¿Se siguen directrices éticas o académicas para evitar la reproducción de discursos de odio?

Sí, para nosotros es muy importante la ética periodística al tratar temas ontológicos. El mes pasado se publicó un reportaje muy extenso sobre la emigración en Grecia y hacen publicaciones con especial cuidado para no afectar la sensibilidad.

4. Departamento de Videofactoría (audiovisuales)

Cristhian Alexander Paredes Crito, Periodismo, 5to grado, colombiano.

¿Qué dificultades o retos encuentran al tratar temas de índole social en Videofactoría?

Como estudiante de periodismo en Videofactoría, los retos al tratar temas de índole social son varios, y cada uno de ellos implica una serie de consideraciones técnicas y éticas que debemos abordar con mucho cuidado. Uno de los principales desafíos es lograr una representación fiel y respetuosa de las realidades sociales sin caer en estereotipos. A menudo, cuando se abordan temas como la inclusión social, la diversidad o el discurso de odio, hay una línea delgada entre sensibilizar al público y caer en la explotación sensacionalista de estos temas.

Otro reto es la carga emocional que conlleva el tratar ciertos temas delicados, como la pobreza, el racismo o la violencia. Como periodista y creador de contenido audiovisual, siempre debemos ser conscientes de cómo los espectadores pueden interpretar y sentir las imágenes y relatos que les presentamos. A veces, lo que consideramos una representación honesta y educativa puede ser percibido de una manera completamente diferente si no se maneja con el enfoque adecuado.

La técnica también juega un papel importante en la producción de documentales y contenido social, debemos elegir los recursos visuales, el sonido y el montaje con mucho cuidado para no manipular la percepción del espectador, ya que, en un tema tan sensible, cada decisión de edición puede cambiar completamente el mensaje que se desea transmitir. Además, el acceso a los protagonistas de las historias no siempre es fácil, ya que muchas veces las personas que sufren estas situaciones sociales no se sienten cómodas o no tienen los medios para participar en un proyecto audiovisual, lo que puede limitar la profundidad de la cobertura de estos temas.

¿Pueden compartir algún artículo o programa que consideren ejemplar por su enfoque inclusivo?

Un programa que considero ejemplar por su enfoque inclusivo es el documental “13th” de Ava DuVernay. Aunque no es producido dentro de la universidad, considero que es un excelente ejemplo de cómo se debe abordar un tema social delicado, como

la discriminación racial en los Estados Unidos, de manera profunda, informativa y respetuosa. El documental no solo presenta los hechos de manera objetiva, sino que también ofrece una reflexión crítica sobre el sistema de justicia penal, la historia del racismo estructural y las implicaciones sociales de las políticas públicas en el país.

En el contexto de la Videofactoría y los proyectos de estudiantes, los documentales que abordan temas de inclusión y diversidad en particular, como los realizados por algunos compañeros de la facultad, han mostrado un enfoque muy interesante al representar a personas de diferentes contextos sociales, culturales y económicos de manera equilibrada.

La serie de entrevistas realizadas a migrantes y refugiados, por ejemplo, pone énfasis en sus voces y experiencias personales, evitando caer en la representación victimista, y en lugar de eso, destaca sus capacidades y resiliencia, lo cual es un excelente ejemplo de inclusión.

Además, la utilización de técnicas de narrativa visual inclusiva, que buscan dar protagonismo a quienes normalmente son invisibilizados en los medios de comunicación tradicionales, también es una práctica que considero fundamental para trabajar de manera ética y responsable en temas sociales.

En resumen, el enfoque inclusivo no solo debe estar presente en los contenidos que seleccionamos, sino también en la forma en que los producimos y los mostramos al público, garantizando que se respeten las voces de las personas que se ven reflejadas en esos relatos.

¿Han recibido formación específica sobre tratamiento mediático de la diversidad o los discursos de odio?

Como miembro de la Videofactoría, no he recibido una formación específica sobre el tratamiento mediático de la diversidad o los discursos de odio, ya que este tipo de formación no se enfoca de manera exclusiva en la parte técnica o creativa de la producción audiovisual, sino más bien en los aspectos de la narración y producción visual en general.

Sin embargo, como estudiante de Periodismo, he tenido la oportunidad de recibir formación relacionada con estos temas en varias materias de la carrera. En clase hemos tratado sobre el manejo ético de los medios, el respeto por la diversidad, y cómo evitar la reproducción de discursos de odio en los contenidos mediáticos. Estas lecciones se centran principalmente en cómo los periodistas pueden influir en la forma en que se presentan los temas sociales, garantizando que los contenidos sean inclusivos, justos y responsables.

El conocimiento adquirido en estas materias ha sido muy valioso, ya que permite entender la responsabilidad del comunicador al tratar temas delicados, especialmente cuando se abordan minorías o temas conflictivos como los discursos de odio. Aunque en Videofactoría no se hace un enfoque exclusivo de estos temas, la formación como estudiante me ha proporcionado las bases para tratar la diversidad y evitar caer en representaciones sesgadas o problemáticas.

¿Qué opinan sobre el papel del periodismo universitario en la construcción de una sociedad más equitativa?

El periodismo universitario juega un papel fundamental en la construcción de una sociedad más equitativa porque, al estar vinculado directamente con la formación de futuros comunicadores, tiene el poder de influir en la forma en que los estudiantes ven y representan el mundo. La información y la comunicación tienen un impacto enorme en la manera en que las personas perciben la realidad, por lo tanto, un periodismo responsable, ético e inclusivo puede modificar el pensamiento de las personas y contribuir a la creación de una sociedad más justa.

Los medios universitarios, al ser espacios donde los estudiantes experimentan, practican y producen contenidos, son una plataforma ideal para tratar cuestiones sociales de manera crítica y constructiva. Al abordar temas de equidad, inclusión y justicia social en sus proyectos y programas, los periodistas en formación pueden ser agentes de cambio y contribuir a sensibilizar a la audiencia sobre temas que afectan a sectores vulnerables de la sociedad.

¿Crees que los medios de la universidad reflejan de forma realista la identidad de los estudiantes?

Sí, sin duda. Los medios de la universidad, especialmente aquellos en los que participamos como estudiantes, como Inforadio o los programas de Videofactoría, se esfuerzan por priorizar la información de los estudiantes y reflejar sus voces y preocupaciones. Aunque hay siempre espacio para mejorar, el enfoque está en dar visibilidad a una amplia gama de identidades, historias y perspectivas dentro del campus.

En muchos de los programas y contenidos que se producen, se aborda la diversidad dentro de la comunidad estudiantil, desde diferentes perspectivas sociales, culturales, académicas y profesionales. Esto permite una representación más fiel y rica de la identidad estudiantil, lo cual es clave para crear una narrativa que no solo sea precisa, sino también inclusiva. Es fundamental que los medios universitarios no solo representen una imagen idealizada de los estudiantes, sino también sus desafíos, su diversidad y sus aportes a la comunidad. De este modo, los medios de la universidad cumplen con la función de dar voz a quienes forman parte de ella y, a su vez, reflejan de forma realista las diversas identidades que coexisten dentro de la institución.

5. Entrevista a Yun: contar historias entre culturas, cámara y conciencia social.

Yun es una estudiante internacional de nacionalidad china que se graduó en Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid y, actualmente, cursa un máster en Dirección de Fotografía en la Universidad Carlos III. Su experiencia vital y académica ha enriquecido su mirada como narradora audiovisual, combinando sensibilidad social, reflexión intercultural y compromiso ético. A través de esta entrevista, exploramos sus aprendizajes, inquietudes creativas y visión sobre la representación en los medios.

Formación y mirada personal

Desde su experiencia en el periodismo hasta su actual formación en fotografía y cine, Yun ha desarrollado una manera propia de contar historias con enfoque social. Ella misma explica cómo ambas disciplinas han influido en su narrativa: “La formación en Periodismo me dio una mirada crítica para abordar temas sociales, mientras que la Dirección de Fotografía me ha permitido expresarlos con imágenes en movimiento. Ahora puedo contar historias a través de cortometrajes o largometrajes, siempre con un enfoque vinculado a la realidad que me rodea”.

Yun se siente especialmente conectada con temáticas como la inmigración, el feminismo y la salud mental. Su vivencia como mujer china en España le ha permitido observar y reflexionar sobre desigualdades estructurales:

“He vivido el racismo, el machismo, el choque cultural. La salud mental también es un tema muy presente en mi entorno. Quiero usar el cine como vía para aportar algo a la sociedad”.

Proyecto audiovisual en desarrollo

Su actual proyecto de Trabajo Fin de Máster es un cortometraje codirigido junto a una compañera taiwanesa. Aunque el máster no exige rodaje, Yun está decidida a filmarlo y llevarlo a festivales: “Siento que mi vida no está completa si no dirijo al menos una vez. Quiero ser mujer inmigrante directora y contar las historias que tengo dentro”.

El cortometraje narra la historia de una madre viuda inmigrante china, muy tradicional, que lucha por comprender a su hija adolescente, quien, en plena etapa de autodescubrimiento, desafía los valores familiares con nuevas experiencias, incluida su orientación sexual. A través del conflicto y la enfermedad, ambas logran reencontrarse desde el amor y el entendimiento. “Me interesa representar el choque cultural, la búsqueda de libertad, y cómo los vínculos humanos pueden reconstruirse desde la comprensión”.

Yun incorpora una perspectiva inclusiva tanto en el guion como en el equipo técnico

y artístico: “Estoy trabajando con mujeres, personas inmigrantes y miembros de la comunidad LGBTIQ+, porque contar historias inclusivas también es una forma de transformar el entorno audiovisual”.

Inclusión y discursos de odio

La entrevistada reconoce el poder del cine como herramienta para visibilizar realidades marginadas: “El cine puede desmontar discursos de odio a través de la imagen y el sonido, dando voz a quienes no la tienen”.

También comparte una dolorosa experiencia de discriminación en el ámbito universitario, cuando fue injustamente acusada de copiar en un examen durante la pandemia, junto con una compañera también china. Pese a haber demostrado su desempeño académico, se le aplicó un trato desigual: “Me bajaron la nota de S a C. Pasé un mes muy difícil, llorando cada día. Es una experiencia que aún me angustia”.

En el ámbito audiovisual, denuncia la escasa representación de mujeres inmigrantes, especialmente en roles técnicos: “En el departamento de cámara somos muy pocas mujeres extranjeras. Muchas veces llaman primero a hombres locales, y eso duele, porque siento que no importa cuánto me esfuerce, la desigualdad persiste”.

Su enfoque para representar la discriminación en pantalla es delicado y efectivo: “Uso un lenguaje cinematográfico sutil. A veces basta con una mirada o un gesto. No hace falta exagerar para mostrar el dolor real”.

Producción, retos y visión de futuro

Uno de los principales obstáculos que enfrenta es la financiación privada, especialmente siendo mujer extranjera. Sin embargo, Yun encuentra apoyo en programas públicos y festivales con enfoque social: “El Ministerio de Cultura apoya proyectos liderados por mujeres, y hay festivales centrados en el cine de inmigrantes o con perspectiva de género. Estoy agradecida por estas vías”.

Tiene claro que quiere que su obra circule en festivales con enfoque social: “Es cine social, necesita esos espacios para ser visto y generar impacto”.

Mensaje final

Yun concluye con un mensaje potente que resume el espíritu de su proyecto: “Las relaciones entre madres e hijas pueden ser hermosas, incluso con diferencias culturales y generacionales. Para los hijos: cuida a tu madre y compréndela. Para las madres: respeta los espacios de tus hijas. Como dice el logline de mi corto: ‘Siempre tuve miedo de que ella tomara el camino equivocado, hasta que entendí que era un paisaje nuevo’

que yo nunca había recorrido”.

6. Entrevista a estudiantes de 4to año de Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid.

6.a Cristina Pesquera Vaquero Representación mediática

¿Cómo crees que está representado el colectivo estudiantil de Comunicación Audiovisual en los medios de comunicación actuales?

La verdad es que el colectivo estudiantil de CAV en los medios no está demasiado visibilizado. Cuando si se les visibiliza, de hecho, suele ser para establecer ciertos clichés sobre carreras fáciles, futuros cineastas con aspiraciones irreales, o simplemente, periodistas.

¿En qué medida te sientes identificado/a con las representaciones mediáticas que se hacen de la juventud en España?

A menudo me siento poco identificada. Lo cierto es que hoy en día se habla de la gente joven como la “generación de cristal”. Cuando ves hablar de la gente joven en los medios siempre es para hablar de gente enganchada a las redes sociales.

6.b Deva Pérez Riera Discurso de odio e inclusión social

¿Has percibido alguna vez discursos de odio en el ámbito universitario o en tu formación?
¿Cómo se han abordado?

En mi formación en concreto no o al menos yo no he sido consciente si en algún momento ha ocurrido

¿Crees que la facultad fomenta contenidos o iniciativas que promuevan la inclusión social en los medios? ¿Cómo?

Creo que en muchos aspectos la facultad ayuda a la inclusión social. Sin embargo, en cuanto a algunos casos en concretos de discapacidades físicas he visto que esas iniciativas, desde el punto de vista de ser creadores nosotros, no se ven fomentadas. Es decir, en ciertos casos de creación audiovisual (grabación con grandes cámaras, iluminación...) las personas con ciertos tipos de discapacidad no se ven incluidas.

¿Piensas que la formación universitaria prepara al alumnado para identificar y combatir discursos de odio en entornos mediáticos?

Es cierto que hay alguna asignatura como ética y deontología en la que se trata estos temas. Sin embargo, al ser nosotros de comunicación audiovisual y tratar más el mundo del cine creo que no se trata tanto como en otras carreras como periodismo.

¿Qué mejoras implementarías en la carrera para generar una mayor conciencia social en los futuros creadores audiovisuales?

Creo que vivimos en un mundo bastante individualizado por lo que, por mal que pueda parecer, igual la idea de empezar a implantar más concienciación social podría partir por mejorar a los propios creadores las condiciones como la antes comentada de discapacidad física. Cuando te das cuenta de este tipo de cosas a tu alrededor es cuando empiezas a fijarte en que vivimos rodeados de estos casos. Aun así, creo que precisamente en España, la temática social en la creación audiovisual está cada vez más latente en todas sus obras.

6.c Alejandro Revert Collado

Preguntas creativas y reflexivas

Si pudieras diseñar una campaña mediática contra el discurso de odio, ¿cómo sería? ¿Qué formato usarías y a qué público iría dirigida?

Hoy en día las redes sociales son el principal elemento de enganche para los jóvenes y, precisamente hablando del discurso de odio me centraría un poco más en la gente joven, por lo que iría dedicada a las redes sociales. Se trataría de un vídeo corto grabado en vertical para poder subirlo a TikTok, Instagram... que tratase la temática del odio desde un ejemplo real, incluso grabaría más de uno con ejemplos distintos para poder ver varias realidades. Se iniciaría con un elemento de enganche un poco más alejado del tema para que se paren a verlo y ya lo introduciría.

Imagina una serie, película o programa que represente la diversidad de tu entorno. ¿Qué tono tendría? ¿Qué historias contaría?

Pues tendría una gran variedad de personas. Contaría con historias de superación por la tenencia de una enfermedad que provoca una discapacidad física e intelectual, contaría con personas de diversos géneros con distintas orientaciones sexuales y sus propias historias, además de historias de inmigrantes con distintas etnias y la forma en la que se han tenido que adaptar a una nueva realidad que, en muchas ocasiones, les aparta.

¿Qué papel crees que tiene la creatividad en la lucha contra los discursos de exclusión o discriminación?

La realidad es que la creatividad, en concreto el cine o las series influyen de gran manera en la forma de ver el mundo de la gente aunque no lo crean. Desde que somos pequeños vemos series con ciertos discursos que acaban metidos en nuestra mente y damos por normalizado cuando igual no lo es de manera totalmente inconsciente. Es por eso que, por muy divertido y creativo que pueda parecer este mundo, creo que es importante saber utilizarlo de manera cautelosa en ciertas ocasiones sabiendo los pensamientos que podemos generar en la gente que lo ve.

Las demás entrevistas que se realizaron como ejercicio práctico de las clases en Videofactoría, está en un audiovisual en drive: https://drive.google.com/file/d/18KS-FYCMYw_gZgUpyXzoWwztjuWxQhmg/view?usp=sharing

3. Fotografías de las actividades desarrolladas en los diferentes departamentos durante el período de prácticas

Sesiones de grabación y simulación de programas en vivo (musicales e informativos) en los platós de televisión, la Facultad de Ciencias de la Información.



Inforadio

Programa “Esto es lo que hay” (intervención)

<https://www.youtube.com/live/JaWwoksbn4>



Programa “Uno, dois, Troyka” (entrevistada)

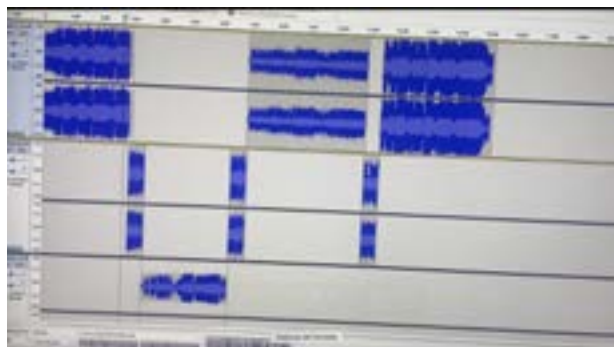
https://www.youtube.com/live/_xXlkoXuPdA



Técnica en Inforadio



Adobe premier



Infoactualidad



Programa de grabación en la clase práctica en Televisión



Clase de edición y Postproducción



Videofactoría



Concurso de documentales en la sala de actos de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM



Imágenes de las entrevistas realizadas a estudiantes de infoactualidad y de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM (de las carreras de Periodismo y comunicación Audiovisual) como ejercicio práctico de las clases en Videofactoría:



Programación de inforadio de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM

	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo					
07:00 08:59	Jamendo • C											
09:00	Mañanas en movimiento • C (09:00-11:00) [boletín • 10:00]					Mañanas en movimiento fin de semana • C (09:00-10:00)						
09:30												
10:00						Frikamania • C						
10:30						Pintxo y Tapa • C	DOLL • C					
11:00	Mañanas en movimiento • C (11:00-12:00) [boletín • 11:00]	Esto es lo que hay (11:02 - 12:00) [boletín • 11:02]	Mañanas en movimiento • C (11:00-12:00) [boletín • 11:00]	Esto es lo que hay (11:02 - 12:00) [boletín • 11:02]	Mañanas en movimiento • C (11:00-12:00) [boletín • 11:00]	Momentos de cine • C (11:00 - 12:00)	Entre bastidores • C (11:00 - 12:00)					
11:30												
12:00	Boxes (12:02 - 13:00) [boletín • 12:02]	A todo volumen (12:02 - 13:00) [boletín • 12:02]	Boxes (12:02 - 13:00) [boletín • 12:02]	Una de las troyas (12:02 - 13:00) [boletín • 12:02]	El Cultural (12:02 - 13:00) [boletín • 12:02]	De estadio a stadium • C (12:00 - 13:00)						
12:30												
13:00	Informativo 13H (13:00 - 13:30)					Jamendo • C (13:00-22:00)						
13:30	MyModa	TOH	MyModa	TOH	ARU • C							
14:00	El Graderío (14:02 - 15:00) [boletín • 14:02]											
14:30												
15:00	Hay Alguien Ahí (15:00 - 17:00) [boletín • 16:00]											
15:30												
16:00												
16:30												
17:00	Criaturas (17:02 - 18:00) [boletín • 17:02]											
17:30												
18:00	Crónica de las seis (18:00 - 18:45)											
18:30												
	Crónica deportes	Ayuda de programación	Crónica deportes		Crónica deportes							
19:00	Crónica análisis		Crónica análisis									
19:30	Jamendo • C (l. y v 19:05-22:00) (M y X 19:35-22:00) (J 18:45-22:00)											
20:00												
20:30												
21:00												
21:30												
22:00	Chillout • C (22:00-07:00)											
22:30												
23:00												
00:00 00:59												
	informativos	Música	Deportes	Entretenimiento	Diversidad			Temáticos	Continuidad			

■ Informativos |
 ■ Música |
 ■ Deportes |
 ■ Entretenimiento |
 ■ Diversidad |
 ■ Temáticos |
 ■ Continuidad

**PROGRAMA FINAL REALIZACIÓN
TELEVISIVA: "LA DESINFORMACIÓN"
PARTE I: INFORMATIVO**

GRUPOS 1 Y 2
CURSO 2024/25

Captura de Pantalla

[illegible][illegible][illegible]

Parte II: Entrevista



Parte II: Entrevista



AGRADECIMIENTOS



Agradezco al equipo docente y técnico de la UCM, especialmente al **Dr. Ignacio Aguaded**, mi tutor interno y el **Dr. Miguel Ángel Ortiz**, mi tutor externo, por su orientación académica y dedicación. Asimismo, a **Lola Rodríguez, Daniel Aparicio, Nacho Martín y Alberto García**, por su acompañamiento en este proceso de las prácticas laborales.

A mi familia, por su apoyo incondicional, a mis compañeros y compañeras del máster por ser parte de esta experiencia transformadora.