

INFOACTUALIDAD, UN PERIÓDICO ON-LINE UNIVERSITARIO, COMO MODELO DE PRÁCTICAS DE FUTUROS COMUNICADORES

María Luisa Sánchez Calero
(Universidad Complutense de Madrid)

Esperanza Martín Rodríguez
(Universidad Complutense de Madrid)

Resumen

El avance de las nuevas tecnologías en el campo de la información ha hecho posible la proliferación de los medios de comunicación on-line. Este hecho facilita a las facultades de Comunicación poder crear plataformas de prácticas que con la adaptación del sistema universitario español al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) favorece la incorporación de nuevas metodologías docentes para ajustarse al European Credit Transfer System (ECTS). Así, con este objetivo nace *Infoactualidad*, el primer periódico on-line de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, creado en 2012, como un modelo periodístico diario, cuyo objetivo es impulsar la formación teórica y práctica de los alumnos de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Esta ponencia pretende mostrar el desarrollo que ha tenido un modelo de periódico universitario on-line, *Infoactualidad* desde 2012 a 2016. Y establecer los primeros resultados de satisfacción que este periódico universitario está teniendo en la formación del alumno que ha formado parte de la plantilla de *Infoactualidad*.

Palabras clave:

Prensa universitaria on-line, plataforma de prácticas universitaria, *Infoactualidad*, formación práctica periodística, facultades de comunicación.

1. Introducción

Los constantes avances en las nuevas tecnologías hacen que se modifique considerablemente el modelo educativo. La prensa en Internet aumenta las posibilidades de aplicar nuevos métodos de enseñanza. La inmediatez, la constante actualización de la información, sus características intertextuales, los diferentes perfiles de audiencias, o su bajo coste, hacen que sea una plataforma adecuada para la formación práctica en la enseñanza universitaria.

Internet permite complementar la formación universitaria creando proyectos que aporten la parte práctica al contenido teórico que reciben los alumnos por parte de la Universidad, potenciando el aprendizaje con las diferentes utilidades que brinda la Red y que permite su interactividad con el lector.

Estas publicaciones universitarias proliferan hoy en día gracias al desarrollo tecnológico, al momento de crisis que está sufriendo el mundo de la comunicación, Y a la gran proliferación de medios digitales, entre otros factores. Lo que sin duda da lugar a la búsqueda de nuevos formatos y nuevos productos, como son las publicaciones gratuitas y especializadas en la red.

Se trata de un fenómeno que se ha Adquirido gran desarrollo durante la última década y que está aprovechando el auge y proliferación de la Universidad española, con la proliferación de nuevas facultades y universidades tanto públicas como privadas en todo el territorio español.

Así los periódicos universitarios aparecen, en el actual marco mediático, como un nuevo producto periodístico, alejado esas ideologías y de contenidos más literarios que imperaba en las primeras revistas universitarias del siglo XIX. Hoy su objeto no es otro que el de ocupar un mercado poco explotado y que puede cubrir unas necesidades informativas y/o comunicativas de un sector de público concreto: los jóvenes universitarios. Aunque es ineludible que no aparezca implícito la ideología religiosa o política de algunas universidades –sobre todo privadas- en las que impera su marca personal cercana normalmente a sus ideales religiosos.

Pero la finalidad hoy de la prensa universitaria es que se cumpla con la doble función de, aportar informaciones sobre temas relativos a la universidad, pero

también abordar otros contenidos referidos a diferentes áreas de interés de sus lectores objetivos, como la política nacional e internacional, ciencia y nuevas tecnologías, cultura, deportes, moda, o la política local. Estas publicaciones según algunos autores se pueden englobar dentro del concepto de prensa especializada (Esteve:1999), puesto que se centran en unos contenidos y un público específico, y tienen un claro enfoque hacia el periodismo de servicio, con un diseño, presentación y lenguaje adaptado al público joven al que se dirigen.

Por ello, estos medios de comunicación se han convertido en idóneas plataformas de prácticas para hacer una verdadera comunicación en muchas de las Universidades españolas, pero sobre todo si su aplicación y práctica se desarrolla en una Facultad de Comunicación. Algunos autores como Palomo B. (2008) indican la importancia que en la actualidad tiene cualquier plataforma de prácticas en las universidades y más aún cuando se trata de la formación de futuros periodistas donde no solo deben demostrar su especialización en la redacción, sino que además deben adquirir conocimientos en maquetación, edición, fotografía, vídeo y el dominio de los nuevos lenguajes, debe ser un periodista multitarea.

Pero también cabe señalar algunas diferencias entre ellas que marcan las diferentes categorías existentes en los modelos de prensa universitaria encontrados en los centros universitarios españoles. Según Lourdes Martínez Rodríguez en “Los jóvenes como receptores de la prensa universitaria: discurso, representaciones y formas de consumo” se pueden encontrar la siguiente tipología:

- 1.1. Por una parte se encuentran las **Publicaciones universitarias comerciales**: son periódicos editados generalmente por empresas externas a las universidades. Cuentan con una estructura empresarial que le permite dirigirse al colectivo de los jóvenes universitarios y que lo elaboran con el objetivo de intercalar una finalidad informativa con la comercial.
- 1.2. Otro modelo son las **Publicaciones universitarias institucionales**: editadas por los centros universitarios con el objeto de dar a conocer la cultura y la imagen de la universidad, dirigidas exclusivamente a sus públicos internos -alumnos, profesores y personal de administración y servicio-, y con contenidos marcadamente institucionales y corporativos.
- 1.3. En otra tipología se encuentran aquellas **Publicaciones de alumnos alternativas**: redactadas por estudiantes, normalmente marcadas por un

talente crítico en sus contenidos hacia la institución universitaria. No tienen una periodicidad regular y carecen de suficiente financiación, por lo que resulta muy difícil su supervivencia.

1.4. Publicaciones de alumnos como medio de prácticas: elaboradas también por los estudiantes universitarios pero que surgen como un complemento a su formación práctica y que cuentan con algún tipo de apoyo por parte de la Universidad. Nacen con una finalidad eminentemente formativa, como ocurre con publicaciones realizadas en muchas facultades de Comunicación que hoy están siendo publicadas a través de Internet.

En las categorías anteriores es posible que se encuentren otras publicaciones que suponen una hibridación de los modelos anteriores, y que se puedan categorizar en otras modalidades semejantes.

Y atendiendo a estas categorías, este artículo centrará su estudio en un modelo integrado en una de las categorías anteriores, enmarcada en el concepto de Publicaciones de alumnos como medio de prácticas. Dejamos, por tanto, fuera de nuestra investigación los otros tipos de publicaciones universitarias que pueden encontrarse habitualmente en las universidades españolas por entender que se aleja de nuestro objeto de estudio. Este artículo se centra en presentar un proyecto que se forja ante la integración del Espacio Europeo de Educación Superior para añadir la formación práctica a la enseñanza universitaria. *Infoactualidad* (<http://infoactualidad.ccinf.es/>) es el periódico *online* de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. El proyecto, nació el 31 de octubre de 2012, con el apoyo del actual equipo Decanal y con el objeto de convertirse en el único periódico de prácticas para los alumnos de la Facultad.

Pero para ello se ha realizado en primer lugar un breve repaso por el panorama actual de la prensa universitaria en España, su desarrollo en los últimos tiempos, y las dificultades de consolidación y desarrollo de la misma. Por otro lado, nos hemos detenido en localizar las relaciones que pueden existir para que los periódicos universitarios sean considerados a la vez medios enmarcados en la formación del alumno. Y por último, nos

dedicaremos en el siguiente epígrafe a exponer uno de estos proyectos: *Infoactualidad*, que pretende impregnar de reflexiones, pero sobre todo de acciones, un periódico on-line universitario en el que su plantilla formada por unos 130 redactores anuales son los autores de los contenidos que se editan diariamente con contenidos, lenguaje y estilo próximo a su público, con escasa presencia de la opinión y neutralidad ideológica por carecer de línea editorial.

2. Objeto de estudio.

Esta ponencia pretende mostrar el desarrollo que ha tenido *Infoactualidad*, el primer periódico digital creado en la Facultad de Ciencias de la Información. Un periódico universitario que nace con la adaptación del sistema universitario español al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y que favorece la incorporación de nuevas metodologías docentes para ajustarse al European Credit Transfer System (ECTS).

Es un periódico on-line, creado en 2012, como un modelo de prensa universitaria diaria, organizado y planificado para una redacción compuesta por 130 alumnos de Periodismo y Comunicación Audiovisual, que trabajan en la elaboración de contenidos escritos y audiovisuales de calidad y edición diaria.

Por lo que respecta al estilo y al lenguaje de estas publicaciones, aunque es predominante informal, próximo y con rasgos de oralidad, varía en función del tema del discurso informativo: así temas relacionados con el ocio, la cultura, el entretenimiento o temas universitarios protagonizados por alumnos se abordan desde un lenguaje más coloquial, mientras que el tono más formal se reserva para la información relativa a temas universitarios relacionados con los temas más institucionales o protagonizados por las autoridades políticas competentes.

En *Infoactualidad* –como modelo de clara vocación periodística–, los jóvenes universitarios ejercen su derecho a informar de lo que ocurre en la actualidad bajo la mirada crítica de un periodismo de rigor y de calidad contado por y para los universitarios. Un proyecto periodístico cuyo eslogan engloba la participación, el estímulo y el desarrollo. Todo a través de un periodismo realizado por jóvenes estudiantes universitarios que desean informar de cómo la cultura, la educación, la

ciencia y la tecnología son campos esenciales para la promoción de la cooperación internacional, el desarrollo y la garantía de un futuro en paz y libertad con transparencia. Se edita exclusivamente en un formato digital descartando en todo momento su edición en papel. Atendiendo a una presentación y tratamiento similar a los modelos de redacción que caracterizan a la prensa de servicios: textos breves, documentos de infografías, fotografías y vídeos, adoptando una redacción cuidada pero con un lenguaje divulgativo, claro y sin sensacionalismos. Pero imperando la necesidad de buscar fuentes propias -aunque esta siempre ha sido una tarea difícil- atendiendo a las características de los redactores y a su corta agenda.

Para ello desde sus inicios se elaboró la normativa de redacción y presentación de sus textos, plasmándose en la creación de un libro de estilo propio.

https://drive.google.com/a/ucm.es/file/d/0B7_3iqDOfip6djBxVW11d0NPWms/view

Un manual que cada año se ha ido adaptando a las nuevas necesidades de contenidos y secciones como a las nuevas presentaciones que iban adquiriendo los nuevos contenidos en la prensa digital.

3. *Infoactualidad*, como modelo de prensa universitaria.

La puesta en práctica de modelos periodísticos como *Infoactualidad*, que tengan como objetivo principal convertirse en un medio de prácticas para el alumno, debe tener en cuenta, lo que Jenkins (2008) vino a llamar “brecha en la participación”. Para Jenkins, la brecha en la participación es un problema más estructural y al que hay que mirar de manera holística. Es decir, no consiste solamente en enseñar el manejo de unas herramientas, como tampoco consiste en solo enseñar a leer o a escribir sin más, sino en enseñar “la capacidad de participar en las deliberaciones sobre los temas y conocimientos más relevantes, y sobre las formas de conocimiento que exigen autoridad y respeto.”(Jenkins, 2008: 250).

En este sentido, hablar en la actualidad de prensa universitaria en España es hacerlo, en términos de organización y participación. Así, al expandirse el medio impreso a través de internet y al no suponer en muchos casos una inversión extremadamente costosa, comenzaron a proliferar proyectos periodísticos de prácticas en el seno de numerosas universidades.

En contra de lo que predicaba Perona (2012: 38) -nace *Infoactualidad* en el año 2012- cuando este autor hablaba de la situación de inestabilidad con las que se encontraban estos proyectos universitarios, contruidos mediante una frágil estructura, organización y dependencia difusa, alumnos con trabajos discontinuos, escaso o nulo presupuesto tras la inversión inicial y que provoca a veces su desaparición o cese de actividad temporal. Ante esta realidad, y en contra de lo que cabe resaltar, este periódico digital nace con una inversión mínima del equipo decanal y cuando existía una gran proliferación de radios universitarias en el seno de numerosas universidades, y no estaban de moda las revistas o periódicos.

En este contexto vamos a poner la mirada en nuestro proyecto *Infoactualidad*, el primer periódico on-line de Ciencias de la Información, que tiene como objetivo docente impulsar la formación teórica y práctica del periodismo. Es un proyecto que incorpora desde sus inicios el concepto de formación del EEES, orientado a aplicar el sistema pedagógico de las materias de redacción periodística y proyectarlo en una práctica docente que integre las tres premisas fundamentales del periodismo: Informar, Entretener y Educar. Y el éxito del proyecto no solo se ha basado en la organización de la redacción, como en sus contenidos como en el reconocimiento individual y colectivo de numerosos medios de comunicación o de asociaciones como la APM o la FAPE cuando el periódico fue seleccionado como el mejor proyecto de comunicación español y galardonado en 2015 con el 3er. Premio Carlomagno Joven.

Su estructura está formada por diferentes secciones compuesta por redactores, cada una de ellas liderada por un jefe de sección y supervisadas por los subdirectores que se dividen las áreas de trabajo. El contenido es revisado gracias a un sistema de corrección que realizan los subdirectores, editora y directora del medio para el correcto aprendizaje de los redactores. El periódico nació con una perspectiva global, siempre con el objetivo y con la conciencia de que la información no se podía limitar a nuestra región o a España, había que realizar una información trasnacional, había que informar a nivel europeo, puesto que los jóvenes cada vez se percatan más de que las decisiones que se toman en Bruselas repercuten en los más de 500 millones de ciudadanos que forman Europa. Esto sólo podía ser posible contando con un equipo de corresponsales repartidos por Europa que narrasen *in*

situ lo que estaba pasando más allá de nuestras fronteras y por supuesto, de los muros de nuestra Facultad.

El compromiso de *Infoactualidad* ha sido hacer un periodismo veraz, de calidad y alejado de ideologías, donde la información prime siempre sobre la opinión. Para ello la cobertura de noticias, reportajes y entrevistas se ha convertido en el principal aliado para informar de la actualidad con interés, respondiendo a la realidad ocurrida y recurriendo a fuentes propias con el objeto de dar respuesta a la curiosidad de nuestros lectores.

Hasta ahora el esfuerzo de organización, planificación y seguimiento puesto en marcha por el equipo de *Infoactualidad* ha funcionado, siendo su principal indicador el número de visitas recibidas en tan sólo tres años de edición. Mientras que en diciembre de 2012 se alcanzaban las 40.000 visitas, hoy ya son más de ocho millones.

A lo largo de estos tres cursos académicos, *Infoactualidad* ha ido evolucionando presentando una mejor apariencia que facilitase la lectura e hiciese más atractivos sus contenidos. Mejoras que han permitido un nuevo diseño y formato de la web, la creación de nuevas secciones, y la aparición de espacios más actuales y visibles.

4. Metodología

Como veremos a continuación, estas plataformas de prácticas se han convertido en elementos imprescindible de prácticas universitarias e idóneas para las Facultades de Ciencias de la información.

La metodología adaptada para la elaboración de este estudio ha sido analizar cuantitativamente y cualitativamente el desarrollo que ha tenido este proyecto periodístico on-line durante sus casi cuatro años de vida actuales.

El estudio cualitativo del modelo nos ha marcado el método de trabajo diseñado teniendo en cuenta las líneas formativas que marcaba el aprendizaje de los estudios de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Un método de trabajo clásico: convertir los contenidos docentes en contenidos aplicables a una práctica profesional.

Para abordar este análisis hemos analizado la evolución que ha sufrido *Infoactualidad* en cuanto a: su organización, y staff, la estructura, secciones, la redacción de sus contenidos, el material y su presupuesto anual.

4.1. Organización

El periódico está dirigido por una profesora del área de Redacción Periodística y un equipo compuesto por la editora jefe y seis becarios remunerados en la actualidad. El perfil del becario es haber pasado un año trabajando en alguna de las secciones de *Infoactualidad*, estar en posesión un buen expediente académico, altas dotes de organización de grupos y una excelente redacción. Además debe pasar una segunda prueba que consiste en una entrevista personal, ante un comité evaluador que mide sus habilidades y aptitudes.

Cada becario tiene asignadas diferentes funciones dentro de sus competencias. Así el becario de Comunicación Audiovisual coordina la página web y el equipo de reporteros audiovisuales, mientras los cinco becarios de Periodismo, que actúan como subdirectores, tienen asignada entre sus competencias principales la supervisión de dos secciones diferentes de *Infoactualidad*. Cada sección a su vez está organizada por un jefe de sección que coordina y planifica su área y a los 5 o 6 redactores que la forman. Una atención especial merece la sección de correspondencias compuesta anualmente por unos 30 estudiantes Erasmus con dos coordinadores en diferentes sedes de Europa.

Hoy *Infoactualidad* lo forman un equipo amplio de redactores pero su equipo inicial lo formaron un grupo de 30/40 personas que trabajaron entre junio y septiembre de 2012 en un proyecto que vio la luz con su primera edición el 15 de octubre de 2012. La publicación era quincenal, debido a la imposibilidad de publicar más a menudo, por el elaborado proceso de corrección que llevan las piezas informativas tanto escritas como audiovisuales. Fueron los propios redactores, los que solicitaron poder publicar más trabajos de forma periódica y con ritmo semanal, por lo que todos duplicaron sus esfuerzos para que el periódico tuviera más movimiento de contenidos en sus secciones, y con este objetivo nace la sección de *Está pasando*, que diariamente publica contenidos con las informaciones de mayor actualidad.

4.2. Financiación

El presupuesto es un componente importante de cualquier propuesta de trabajo, y más en estas que superviven con un escaso presupuesto anual. Según las normas estipuladas por la institución, que en este caso es la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, el presupuesto incluye unas partidas que son asignadas para crear *Infoactualidad*. Un presupuesto modesto destinado para las principales áreas que son la redacción, producción y la realización. Las partidas presupuestarias que se pueden contemplar en el año 2013, que corresponde al primer año de vida del periódico, fueron destinadas a equipamientos varios en los que se incluye principalmente el material técnico, artículos de oficina y gastos de personal, que ascendieron a 8.703,50 euros.

La partida más importante corresponde a la asignación de becas recibidas por los seis becarios que actualmente desarrollan la tarea de organización del periódico, establecida en 323 euros brutos mensuales.

Otro de los gastos principales es el espacio que ocupa la redacción y su mantenimiento. Además, en el presupuesto de 2014 se han invertido 4.500 euros en la obra de ampliación y mejora de la redacción y 2.500 euros en material técnico.

4.3. Secciones

Sus secciones han ido evolucionando en función de las necesidades y demandas de nuevos contenidos y estructuras. En la actualidad la forman: Mundo, Tu País, Local, Cultura, Deportes, Ciencia y tecnología, Moda y belleza, Corresponsalías (Erasmus IN-ON), La firma, Está Pasando y Tu Universidad. Ninguna de las secciones ocupan un lugar destacado por encima de las demás pero un sello distintivo de *Infoactualidad* es la sección de Corresponsalías.

En Tu Universidad, se cuenta a la comunidad universitaria todo lo que acontece en la Facultad y en la UCM, se informa de los cursos, seminarios, másteres, preestrenos de películas, etc. La sección Está pasando, está compuesta por los alumnos de segundo curso. Desarrollan su trabajo en la redacción de forma presencial tres días por semana, durante 2 horas, para elaborar noticias de plena actualidad informativa, son supervisados por los subdirectores que cubren sus turnos en la redacción se encuentran y se les enseña a localizar, seleccionar y redactar una noticia buscando fuentes propias. Informaciones redactadas según los criterios periodísticos localizados en el libro de estilo.

La parte de opinión se encuentra en la sección La firma, donde diversos profesores y expertos en diferentes materias, aportan su visión de los temas de actualidad. Entre ellos se encuentran europarlamentarios y antiguos alumnos ya graduados que trabajan en diferentes medios de comunicación.

4.4. Su método de trabajo: Trabajo en equipo

Uno de los pilares fundamentales de *Infoactualidad*, es el trabajo en equipo que se ha fomentado desde el inicio. Los redactores tienen que estar motivados y hacer su trabajo con ilusión, para lo cual es imprescindible tener una buena relación con el resto del equipo. Por ello la colaboración, propuestas e iniciativas de los redactores son planteadas en las reuniones de equipo y aprobadas cuando su objetivo sea la mejora de aspectos que hagan crecer *Infoactualidad*. Esto ha hecho, que aunque la mayoría de ellos puedan trabajar desde casa, la redacción está siempre completa de redactores lo que le permite ser una redacción dinámica y viva. Los alumnos pasan allí sus huecos libres entre clases, para ultimar sus trabajos, reunirse con su equipo, aclarar alguna duda, etc. El equipo de audiovisuales monta allí sus vídeos y graban los infobreves -informativos- semanales.

4.5. Proceso de corrección

En una plataforma de prácticas, es imprescindible que todos los contenidos estén supervisados, para ello contamos con un proceso de corrección elaborado. Una vez realizados los artículos, éstos son corregidos por los redactores jefes y, tras darlos su visto bueno, el artículo es enviado al equipo de subdirectores para que estos señalen todas las modificaciones necesarias y aprueben la información para su posterior publicación. De esta forma ningún artículo es publicado sin una revisión previa que garantice que la información cumple con los parámetros de un periodismo de calidad. Y cuando las informaciones no cumplen con el estándar de calidad requerido, los artículos se devuelven a los redactores tras explicarles los fallos e indicarles cómo solucionarlos.

La directora y editora supervisan a su vez todos los contenidos y solucionan cualquier duda que pueda surgir al equipo.

4.6. Promoción: Redes Sociales

En la era de las tecnologías de la información y de la inmediatez, de nada sirve hacer algo si luego no se ve. Es por ello que *Infoactualidad* cuenta con un equipo de Redes Sociales que promociona el periódico a través de sus community managers, quienes difunden todo lo que se publica en el periódico a través de Facebook, Twitter y Youtube. Con una media de más de 200 tweets que llegan a más de 100.000 mil personas, tiene más de 2.100 seguidores en Twitter y unos 1600 en Facebook.

Además se hace una promoción semanal en las pantallas de la Facultad, donde se anuncian los contenidos más llamativos de la semana.

4.7. Audiovisuales

Infoactualidad cuenta, además, con un equipo de fotógrafos que inmortaliza los hechos que narran las informaciones que se publican en el periódico. De esta forma se consigue formar también a fotoperiodistas y tener un archivo fotográfico propio.

El trabajo y empeño del equipo de vídeo permite que las informaciones vayan acompañadas de imágenes que complementan la credibilidad de sus entrevistas y el relato de los hechos. Las secciones de Fotografía y Vídeo cubren otra de las lagunas que existían hasta ahora en la Facultad de Ciencias de la Información, pues hasta la creación de *Infoactualidad*, los estudiantes de Comunicación Audiovisual tenían pocos medios para realizar sus prácticas.

Se realiza un Infobreve semanal con el resumen de las noticias más importantes de la semana y un informativo con lo más relevante del año. Este trabajo hace que se coordinen los redactores de Periodismo con los de Comunicación Audiovisual y realicen juntos la cobertura de la noticia, redacción y posterior montaje de vídeo, haciendo del trabajo en equipo un aspecto fundamental.

4.8. Corresponsalías

Sin duda lo que nos diferencia de otros periódicos universitarios es nuestro equipo de corresponsales. Teníamos claro que no valía con contar lo que otros publicaban o lo que otros deseaban contarnos, sino que teníamos que tener nuestros propios ojos y voces en Europa.

Nuestra Facultad es una de las más arraigadas al programa Erasmus y cuenta anualmente con unos 300 jóvenes estudiantes de periodismo que se reparten por las principales ciudades europeas y que toman como destinos universidades de reconocido prestigio en los diferentes ámbitos de la comunicación. Destinos que sostienen una gran actividad laboral, social, cultural, política o económica y que deben despertar la curiosidad de estos jóvenes estudiantes erasmus que ocupan sus plazas como corresponsales únicos o agrupados en la misma corresponsalía cuando la actividad periodística es amplia y lo requiere. De esta forma, a la vez que estudian en otros países y se relacionan, pueden contar de primera mano qué es lo que está pasando en esos Estados miembros. Un distintivo que en algún momento ha hecho que medios nacionales hayan requerido nuestra colaboración o se hayan hecho eco de algunas de nuestras informaciones, nombrando a la fuente.

Idea novedosa de la que forman parte durante cada curso unos 30 estudiantes que viven y estudian en ciudades tan dispares como Lisboa, París, Roma, Londres, Bruselas, Praga, Tampere, Maribor, Gante, Amberes, Jyväskylä, Cracovia, Bucarest, Groniga, Milán, Blagoevgrad, o Bodø.

En total ya son más de 100 los corresponsales los que durante la breve historia del periódico han hecho un minucioso seguimiento de noticias tan relevantes como las elecciones europeas, el nombramiento del Papa Francisco, el atentado contra la revista Charlie Hebdo, o los pasados atentados de París y Bruselas.

Pero los corresponsales no sólo elaboran noticias y reportajes, también completas guías de viajes pensadas para los futuros erasmus sobre las ciudades y regiones de destino. Sin olvidarse nunca de aquellas noticias que no siempre aparecen en los grandes medios de comunicación de forma tan detallada, pero que merecen un hueco, ya sean exposiciones de arte en París, una entrevista a un guardia suizo, un recorrido por las galerías de arte de Bruselas, los carnavales de Venecia, un festival de luz y color en Lyon, los escándalos de la familia real belga, el matrimonio homosexual en Francia, la Semana de la Moda de Milán o incluso una visita al búnker de Mussolini en Roma.

4.9. Premio Carlomagno

Sin duda, el gran reconocimiento a todo el trabajo e ilusión puesto en el proyecto, ha sido ser galardonados con el tercer Premio Carlomagno de la Juventud del

Parlamento Europeo 2015. Nos fue entregado en la ciudad alemana de Aquisgrán, en el mes de mayo. A raíz de este premio, que fue noticia en numerosos medios del país, se realizaron a *Infoactualidad* entrevistas en diferentes emisoras de radio, como Radio Nacional de España y en diversos medios escritos.

5. Resultados y conclusiones

5.1. La prensa universitaria representan una realidad contrastada en España, con varias décadas de experiencia en escuelas de secundaria y en las propias universidades. Hoy toman un nuevo camino auspiciado por el auge de las nuevas tecnologías, que le permiten una mayor actualidad y presencia de sus contenidos en la red. Esta realidad propicia un gran abanico de posibilidades que aportan nuevas posibilidades de prácticas en el ámbito de las Facultades de Comunicación.

En el caso concreto del proyecto periodístico: *Infoactualidad*, se advierten ciertas tendencias que arrojan un conocimiento útil y provechoso en el colectivo y ámbito educativo universitario. El estudio relata el estudio y la experiencia periodística de los alumnos en los tres años y medios de funcionamiento del periódico. Una plataforma de prácticas de la Facultad de Ciencias de la Información, que desde 2012, revela datos significativos sobre los beneficios obtenidos a través de la cultura del crédito ECTS en la formación práctica del alumno.

5.2. Los 350 estudiantes que, en distintas etapas, han colaborado durante estos tres años y medio en el periódico han valorado positivamente los conocimientos adquiridos, la plataforma, la habilidad y destreza alcanzada en el ejercicio del periodismo, así como la utilidad y método de trabajo seguido, bajo la supervisión en el proceso de enseñanza y acompañamiento del docente y coordinador del proyecto.

5.3. Este proyecto ha demostrado ser un medio idóneo para el aprendizaje como método docente y sobre todo para las prácticas de enseñanzas periodísticas que se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Un medio donde el nivel de satisfacción del alumno es diferente según el curso de grado en el que se encuentren. En ese sentido, los alumnos de los primeros cursos -segundo es el primer nivel en el que se pueden inscribir- están más motivados, son más

expectantes por lo que se refiere al aprendizaje, corrección y propuestas y seguimiento de temas. Mientras que en los alumnos del último curso de grado se encuentran dos posturas diferenciadas; unos que buscan la gratificación de sus 3 créditos ECTS anuales manteniendo una postura más escéptica y desarrollando un trabajo escaso y otro grupo que son realmente aquellos que demandan mayor experiencia práctica que les ayuden a completar su formación en el terreno del periodismo y buscan orientación en su perspectiva profesional.

5.4. *Infoactualidad* ha superado todas las expectativas previstas. Hoy está consolidado como un proyecto novedoso y maduro después de la experiencia adquirida en la realización de sus más de 5.000 trabajos publicados. Una trayectoria de contenidos que le avaló para recibir en tan solo dos años y medio, el tercer Premio Carlomagno de la Juventud del Parlamento Europeo en 2015.

Contenidos que atiende a las necesidades de información de sus públicos objetivos –alumnos, docentes y personal de administración y servicio- con información útil. En la actualidad se distribuyen en las secciones de: Mundo, Tu País, Local, Cultura, Deportes, Ciencia y tecnología, Moda y belleza, Corresponsalías (Erasmus IN-ON), La firma, Está Pasando y Tu Universidad.

5.5. En ocasiones se obtienen gratificaciones no buscadas -encuentran contenidos interesantes- de conocidos medios nacionales que han solicitado a *Infoactualidad* poder publicar alguno de sus trabajos, como los reportajes de viaje realizados por los alumnos Erasmus, o entrevistas a algunos personajes de actualidad.

5.6. Esta experiencia de periódico on-line universitario ha sido el resultado de un método de trabajo clásico -convertir los contenidos docentes en contenidos aplicables a una práctica profesional- y debe de constituirse como punto de partida de otros proyectos de prensa universitaria que deben realizarse bajo la cultura del crédito ECTS hoy instalada en los nuevos planes de estudio universitarios adaptados a la enseñanza de Bolonia.

5.7. En cuanto a las perspectivas de futuro de esta publicación, se tendrán que reformular las rutinas productivas para garantizar la fidelidad de los lectores incorporando temáticas de mayor interés para los universitarios y otros públicos, adoptando un lenguaje más próximo a la prensa de referencia, y deberán siempre

tener claro su objetivo: ser un periódico de práctica hecho por y para los alumnos con la dirección de un docente de la propia institución universitaria.

6. Referencias bibliográficas

- AGUADED-GÓMEZ, J.I. y CONTRERAS-PULIDO, P. (2011). La radio universitaria como servicio público: Modelos de programación. (pp. 3-9). En J. I. Aguaded-Gómez y P. Contreras-Pulido (Coords.) La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática. A Coruña: Netbiblo.
- AGUILERA, M. D., FARIAS, P. y BARAYBAR, A. (2010). La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. *Icono* 14, A8/V2, 90-124.
- ÁLVAREZ, A. y RAMÍREZ, A. (2005). Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación. II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria, Granada.
- CABRERO, J.; LLORENTE, C. & PUENTES, A. (2009): La satisfacción de los estudiantes en red en la formación semipresencial. *Comunicar*, nº 35, pp. 149-157. (DOI: 10.3916/C35-2010-03-05)
- FAGOAGA, Concha (1980) “Notas sobre los orígenes de la prensa universitaria en España (1851-1936)”. *Cuadernos de Realidades Sociales*, 16-17, separata, pp. 124-141.
- GÓMEZ-ESCALONILLA, G, SANTÍN M & MATHIEU, G. La educación universitaria on-line en el Periodismo desde la visión del estudiante. *Comunicar*, nº 37 (DOI: 10.3916/C37-011-02-07) pp.
- MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, LOURDES (2010). Los jóvenes como receptores de la prensa universitaria: discurso, representaciones y formas de consumo. En el Congreso Comunicación y desarrollo en la era digital, AE-IC Málaga 2010.
- PALOMO, B. (2008). Propuesta de un modelo virtual para la asignatura: Periodismo interactivo y Creación de medios digitales. En *Análisis*, 36; 183-195.
- PERONA, J.J. (2009). Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de Programar una radio social en la universidad: el propósito Penélope de UniRadio edmetic, 3 (1), 2014, E-ISSN: 2254-0059; pp. 112-130 □ edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC educación en medios. *Comunicar*, 33, 107-114. DOI: 10.3916/c33-2009-03-001.