



OTRI

Universidad Complutense de Madrid

OFICINA DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Unidad de Información Científica y
Divulgación de la Investigación

Tipo de empresa	Días	Época del año	Días de la semana	Horas al día	Ayuda al estudio en euros brutos/mes	Sector	Función
Medios tradicionales Prensa diaria.	107,7	Verano	4,9	5,3	223,3	Medios tradicionales Prensa diaria impresa.	Redacción

Fig. 1. Resumen de características de las prácticas en los medios tradicionales (medias y modas). Fuente: Pérez-Serrano, M. J., Rodríguez-Barba, D. y Rodríguez-Pallares, M. (2015): "Mercado de la Comunicación y estudiantes de Periodismo. Estructura de la demanda de perfiles profesionales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 226.

Problemas como la caída de las audiencias, el descenso de la inversión publicitaria o la sustitución de los profesionales en nómina por *freelance* y/o becarios en condiciones cada vez más precarias, definen un contexto mediático muy poco prometedor. En los últimos años hemos asistido al cierre de los diarios *ADN* y *Público*, a Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) en *El País*, *ABC* y *Unidad Editorial* –editora de *El Mundo*–, entre otros, a las reducciones de plantilla de la agencia EFE o Telemadrid y al cierre de la televisión pública valenciana o del diario *El Adelanto*, periódico decano de Salamanca nacido en 1883.

Sin embargo, pese al desempleo, los recortes salariales, el incremento de la carga de trabajo o el intrusismo, los estudiantes de Periodismo cada vez son más. Según el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2014* elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) en España hay alrededor de 40 universidades donde, en el curso 2013/2014, estudiaban Periodismo 21.438 alumnos, y 19.220 más cursaban Técnicas Audiovisuales y Medios de Comunicación. Por tanto, el total de alumnos de comunicación ascendía a 40.658, mientras que las estimaciones más optimistas sobre la cifra de periodistas en activo no superan los 24.000, por no hablar de los 9.451 periodistas inscritos en el INEM en septiembre de 2014.

La evidente masificación en las aulas en los Grados de Periodismo, con la misma falta de recursos económicos y de personal desde hace dos décadas, se agrava por la incertidumbre de un sector en crisis necesitado de una transformación que garantice su supervivencia para adaptarse a un nuevo público y a unas condiciones socioeconómicas que dificultan su financiación. El caldo de cultivo ideal para que aprovechando que en las universidades públicas no se contemplan las prácticas curriculares en los estudios de Grado, y que las empresas exigen experiencia, el mercado pervierta una figura de inserción laboral como las prácticas extracurriculares, transformándolas en sucedáneos que no benefician ni a los estudiantes, ni a la calidad de los trabajos profesionales.

Y así mientras que el periodista en activo se reconvierte en un profesional todoterreno sometido a la ley del «hágaselo usted mismo» –redacte el texto, haga la foto, grabe y edite el vídeo–, los medios compran lo que la universidad les vende: prácticas al peso de periodistas en formación a un precio inmejorable. Bueno, bonito y barato.

