
El mercado de trabajo de los periodistas

Francisco Javier Caro González
Gloria Jiménez Marín
Universidad de Sevilla

LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA Y EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN

Por regla general, los profesionales del periodismo consideran que la formación recibida en los centros universitarios es insuficiente e inadecuada, que no se ajusta a las necesidades reales profesionales. La opinión de Díaz Nosty (1998: 60) en este sentido es muy radical: los planteamientos de las facultades de comunicación están “desfasados y escasamente dinámicos”, puesto que las necesidades del mercado avanzan mucho más rápidamente que los planes de estudios. Por otro lado, aun existen voces que dudan de la necesidad de formación universitaria en Periodismo, lo que desprestigia a la profesión.

Con respecto al primer punto citado, no nos queda más remedio que reconocer ese desfase entre el mundo empresarial y el universitario y la necesidad de poner en marcha mecanismos que tiendan puentes sólidos entre Universidad y la Empresa. Una muestra de las carencias formativas es la proliferación de Masters y Cursos de Experto para complementar su formación. Con respecto al segundo, el manejo de la información exige una enorme responsabilidad y todo el proceso de captación, transformación, difusión y control de la misma es suficientemente complejo como para exigir una formación superior de calidad.

Las Asociaciones de Periodistas llevan años intentando sacar adelante un estatuto de la profesión. Hoy por hoy tan sólo la prensa periódica no diaria dispone de un convenio marco estatal. En los demás sectores (prensa diaria, agencias informativas, radiodifusión y televisión) no existe. Sólo en prensa diaria se extendió el convenio de empresa del *El Norte de Castilla* a convenio estatal como primer paso para negociar un acuerdo marco.

En 1999 se celebró en Sevilla el Primer Congreso de Periodistas de Andalucía en el que se pusieron de manifiesto las carencias de los profesionales del sector y se proponía la creación de un Colegio de Periodistas que velara por los intereses de la profesión. Otras propuestas iban encaminadas a fortalecer la cualificación de los profesionales de los medios y la dignificación de los centros de formación universitarios, también a la creación de instituciones de cultura democrática que ordenen el panorama de un hipersector que ya tiene un carácter nuclear, en las sociedades más avanzadas (Díaz-Nosty, 1999: 40).

La convergencia hacia el Espacio Europeo de Educación Superior, y su orientación hacia la formación profesional del estudiante universitario, brinda una excelente oportunidad para aproximar la enseñanza universitaria a la realidad empresarial. Se trata de formar a profesionales autónomos con capacidad de aprender y de adaptarse a los cambios. En este trabajo, a partir de diversos estudios que analizan las características laborales del sector hacemos algunas reflexiones acerca de las características de la oferta de empleo a los periodistas.

ADECUACIÓN DE LOS CONTENIDOS CURRICULARES A LA REALIDAD LABORAL

Percepción de los estudiantes.

Lo primero que debemos hacer es constatar la percepción de los empleadores del trabajo desempeñado por los egresados. En diversos estudios analizados en el Libro Blanco de los Estudios de Comunicación (ANECA, 2005) se recogen los siguientes datos. En la Facultad de Santiago se comprueba que la valoración de la carrera de Periodismo por parte de los licenciados de los años 1995 a 2002 es: el 40% opina que es buena, frente a un 6% que la califica como mala. Casi un 50% se sitúa en un regular y en los extremos, muy mala o muy buena hay respectivamente un 2%. En la UAB, el nivel de satisfacción con la licenciatura es menos favorable ya que el 64,7% opina que “ni mucho ni poco” satisfecho con los estudios recibidos. El 30,5% se decanta por un “satisfactorio”, mientras que en los extremos encontramos un 3% poco satisfecho y un 2% muy satisfecho.

Con respecto a los aspectos mejor valorados por los licenciados, en la Facultad de Santiago de Compostela más de un 56% opina que son las prácticas, comprobaremos más adelante que es una de las carencias más importantes de los egresados desde el punto de vista de los empleadores. Este porcentaje es seguido muy lejos por las materias específicas (8,5%) o el pensamiento crítico (6,2%). En el otro extremo, el 31,5% es el profesorado. Si bien es posible que el efecto *horn* haya hecho su aparición en las valoraciones, y los profesores muy malos hayan impedido una valoración objetiva; este dato debe ser un elemento de reflexión acerca del papel del profesorado. El segundo aspecto peor valorado es la teoría (24,6%). Estos datos están en consonancia con las exigencias de los empleadores como observaremos a continuación.

Adecuación de la formación a las necesidades del mundo laboral

Existe un desajuste entre la formación universitaria y el mundo laboral. Las universidades buscan formar personas con conocimientos profesionales que contribuyan al crecimiento de la sociedad, forman a personas con espíritu crítico. El mundo empresarial exige a máquinas intelectuales engrasadas que incrementen la productividad con escasa inversión.

Un estudio realizado por la Fundación Conocimiento y Desarrollo (CYD) (2005) entre 404 empresas para averiguar en que medida los titulados universitarios cuentan con aptitudes obtiene como resultado que las principales carencias la encuentran en la formación práctica y en las habilidades directivas. También tienen un peso importante las carencias en habilidades de comunicación y en Idiomas.

Otro estudio realizado entre profesionales de la información por la Facultad de CC. de la Información de Santiago de Compostela (2004) analiza la valoración subjetiva que los licenciados hacen sobre las actitudes y habilidades más valoradas por sus superiores. El orden de priorización de las exigencias fue:

Tabla 1. Actitudes y habilidades más valoradas por sus superiores según los licenciados en Periodismo.

1.	Rapidez en la redacción de informaciones	7,64
2.	Buena redacción de las informaciones	7,54
3.	Dominio de nuevas tecnologías	7,53
4.	Circunscripción a los espacios y tiempos asignados	7,43
5.	Identificación con la línea editorial de la empresa	7,25
6.	Capacidad para proponer nuevos temas	7,18
7.	Proximidad a los poderes (político, económico, etc.)	7,03
8.	Aceptación sin discusión de las órdenes	7,02
9.	Publicación sólo de informaciones suficientemente contrastadas	6,69
10.	Investigación de asuntos de actualidad	6,41
11.	Fomento de debates sobre temas de actualidad	6,07
12.	Respeto al código deontológico de la profesión	6,04
13.	Proximidad a las asociaciones ciudadanas	5,86
14.	Proposición de nuevos enfoques a temas asignados	5,58

Fuente: Facultad de Ciencias de la Comunicación de Santiago de Compostela, 2004.

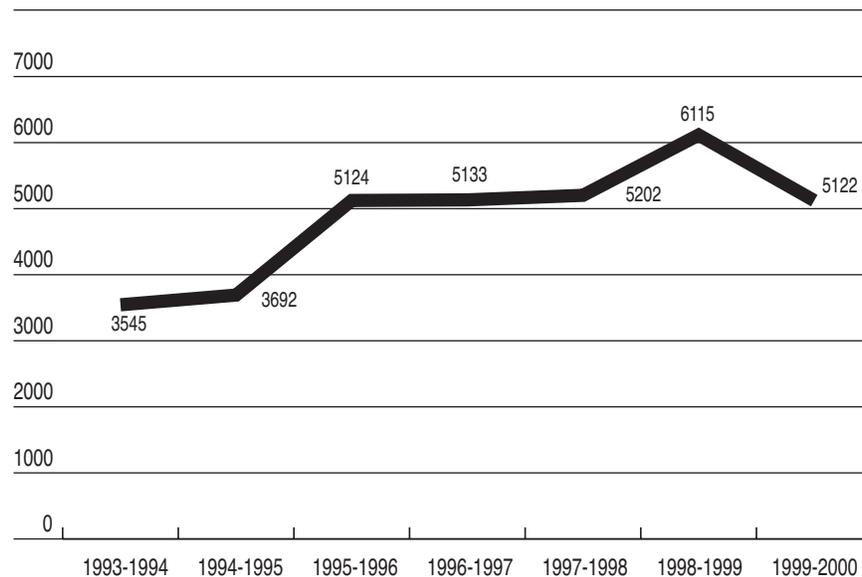
Como podemos observar las actitudes y habilidades que perciben los periodistas mejor valoradas por sus superiores son las relativas al trabajo operativo del mismo, las destinadas al incremento de la eficacia en las rutinas de producción informativa. Otro dato que nos llama poderosamente la atención es que por encima de 7, se encuentra la afirmación “Aceptación sin discusión de las órdenes”, que da una idea del estilo de dirección predominante, en gran medida autoritario y con escasa capacidad orientación al cambio y a la innovación (el aspecto menos valorado es la “proposición de nuevos enfoques a temas asignados”). Por último, también llama la atención la posición número doce sobre el “respeto al código deontológico de la profesión”, cuando supuestamente éste es uno de los pilares sobre los que se constituye la labor del periodista, y una de las tareas fundamentales del proceso formativo. En este sentido

en el puesto número 5 se ubica “la identificación con la línea editorial”, muy por encima de la deontología profesional, lo que pone de manifiesto el conflicto que existe en este tipo de empresas entre el enfoque ideológico y mercantilista del empresario y las consideraciones éticas propias de la profesión.

EL ACCESO AL MERCADO DE TRABAJO

El primer punto a analizar se deriva de cómo ha evolucionado el número de licenciados en España durante los últimos años. Podemos apreciar en el gráfico 1 cómo esta cifra se ha mantenido estable durante los últimos años. El pico que se produce en el curso 98-99 se debe al cambio de planes de estudios, donde la mayoría de los centros pasaron de planes de estudios de 4 a 5 años.

Gráfico 1. Evolución del número de licenciados en CC. de la Información en España



Fuente: ANECA (2005)

En total, 26.706 alumnos salieron egresados durante este periodo que compiten por alcanzar alguno de los escasos puestos fijos que existen en las empresas de comunicación.

Si atendemos al perfil del egresado (datos de 2000) concluimos que se trata de una mujer (en el 65% de los casos) que reside en Madrid, ya que esta comunidad concentra más del 55% de los licenciados durante ese año. En la comunidad autónoma en la que tienen más peso las mujeres es en las Baleares, donde representan más del 80%, frente a otras comunidades como Andalucía, en el que apenas llegan al 60%.

Parece que el número de egresados en Periodismo ha sufrido un estancamiento. Este estancamiento puede deberse a que esté dejando de ser una titulación de “moda” y los estudiantes estén tomando conciencia de la realidad profesional a la que se enfrentan y se decanten por otras opciones formativas como los estudios en comunicación audiovisual o publicidad que van ganando terreno al periodismo. Si analizamos algunos datos del mercado laboral podremos comprobar a que contexto profesional se enfrentan los egresados.

Según un estudio de la empresa de consultoría de recursos humanos Círculo de Progreso, con datos de 2001, la carrera de Periodismo es de las que tiene un mayor potencial de inserción laboral. Este indicador se establece relacionando el porcentaje de ofertas de trabajo dirigido a titulados sin experiencia en relación con el total de puestos de trabajo ofrecidos. Según este informe, el 41,42 % de las ofertas que reciben los periodistas no requieren experiencia. Esto facilita el acceso a la profesión pero también da lugar a una precarización de la situación laboral, puesto que las condiciones de acceso suelen ser contratos temporales, de prácticas o becarios que prolongan sus duración durante años.

En general, los estudiantes de periodismo realizan prácticas en las empresas incluso una vez terminada la carrera. Más adelante se constituyen como freelances y siguen desempeñando la misma labor. En verano es muy habitual cubrir los puestos de los redactores con estudiantes en prácticas que suplen por completo las tareas de los redactores profesionales. En esta línea es habitual la realización de contratos temporales que encubren un trabajo a tiempo completo o la contratación de licenciados para categorías muy inferiores a las que le corresponden a la titulación.

La encuesta CHEERS (García-Montalvo, 2002: 3) indica que a los cuatro años después de terminar la carrera, la tasa de actividad de los licenciados en Periodismo era del 90,9 %, con una tasa de paro del 7,8%. El 1,3 % restante representa a los que continuaron estudiando y a los que se retiraron del mercado laboral. Pese a lo que podría parecer de positivo este dato sitúa a los periodistas en un nivel intermedio de entre 33 titulaciones españolas analizadas (ocupan el puesto 15) muy por debajo de las tasas de actividad de los Ingenieros Industriales, Arquitectos o Ingenieros Agrónomos (99,3, 99 y 98 % respectivamente) con unas tasas de paro nulas, pero también alejados de los graduados en magisterio (71,7 % de tasa de actividad, con un 16,8 % de paro), en geografía e historia (77,7 % de actividad, pero 24,3 % de paro) y en biología (80,7 % de activos, pero 25,2 % de parados). Bel (2004, 306) es más pesimista y califica en el desempleo de los licenciados en periodismo como “angustioso y realmente alarmante en este sector”

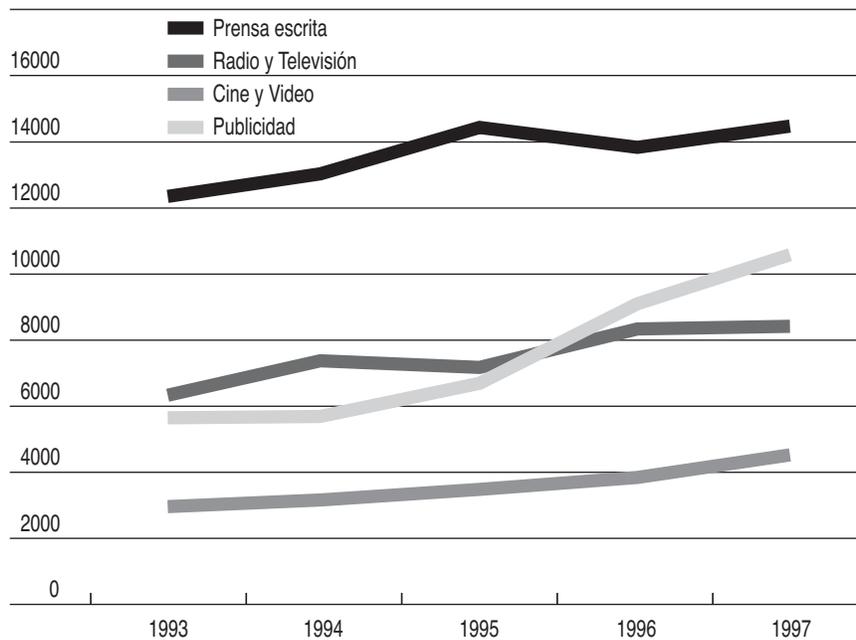
En resumen, los titulados en Periodismo no tienen dificultades en acceder al mercado laboral, ya que el potencial de inserción laboral es muy elevado y apenas se exige experiencia para trabajar. El tiempo medio de acceso a un puesto de trabajo es inferior a los cuatro meses. Pero esta facilidad para encontrar trabajo no garantiza la permanencia en él ni tampoco es indicativa de la calidad del mismo, más bien al contrario, existen indicios de la precariedad laboral del sector.

EL MERCADO DE TRABAJO

Las posibilidades de encontrar trabajo de un licenciado en periodismo son muchas. La versatilidad de la formación y las exigencias de la Sociedad de la Información favorecen que el abanico de opciones laborales de estos titulados sea muy amplio, más allá del trabajo en medios de comunicación. Sin embargo siguen siendo las empresas de comunicación las que acogen al mayor número de licenciados.

Los empleos existentes, según el tipo de empresa, (García y Zofio: 2003) son los siguiente.

Gráfico 2. Evolución del número de asalariados



Elaboración propia. Fuente de datos: GARCÍA y ZOFÍO (2003).

La actividad empresarial que acapara más empleados es la prensa. La actividad que ha experimentado el mayor crecimiento es la de publicidad con un 90,2 % en los cinco años considerados. La prensa escrita supone más del 38% de los empleos de los periodistas, y la Publicidad el 28% (en muchas universidades no se imparte la formación en Publicidad, lo que hace que muchos periodistas ejerzan en este sector). Posiblemente estos datos se hayan visto modificados con la potenciación del sector audiovisual y la televisión y el cine y el video hayan ganado cierto terreno en la capacidad de emplear a los egresados.

Según el estudio de la Facultad de Comunicación de Santiago de Compostela sobre las salidas profesionales de la licenciatura en Periodismo (1995-2002) obtenemos datos interesantes aunque no extrapolables directamente al resto de España. Tres cuartas partes de los licenciados

durante esos ocho cursos están trabajando como periodistas, uno de cada diez trabaja en otros ámbitos y el 8'4 está en paro. Este último dato es un poco más alto que el de la encuesta CHEERS, pero podemos suponer que se debe a la realidad socio-laboral-comunicativa gallega.

En el estudio de Santiago de Compostela la media de parados de los licenciados durante los ocho cursos analizados es de 8,4 % (recordemos que en el caso de la encuesta CHEERS a los cuatro años de finalizada la carrera la tasa de paro es del 7,8%), aunque afecta más a la población masculina (10,9 %) que a la femenina (7,5 %).

Con respecto al autoempleo constatamos el escaso peso que tiene en la profesión. En Galicia el porcentaje de autoempleados no alcanza el 3%, pero en el resto de España, (encuesta CHEERS) el porcentaje sigue siendo muy bajo (6%) en comparación con otras profesiones (el 72,6% de los Arquitectos). Este dato nos permite establecer dos hipótesis plausibles: los licenciados en periodismo carecen de espíritu emprendedor que puede ser debida a una escasa formación empresarial, o la estructura de las empresas de comunicación impide la incorporación al sector de nuevas empresas si no es formando parte de los grandes grupos existentes. Frente al nuevo espacio europeo de educación superior este es uno de los retos más interesantes, fomentar la iniciativa emprendedora de los egresados para que sean ellos mismos los que dinamicen el sector con una oferta atractiva. Esto cada día es más posible teniendo en cuenta las posibilidades que brindan las TIC, y la importancia que están adquiriendo los gestores de información, personas capaces de desenvolverse en Internet y seleccionar y ordenar las fuentes informativas.

TIPO DE CONTRATO

Según los resultados de la encuesta CHEERS (García-Motalvo, 2002: 4), cuatro años después de haberse graduado, el 51,9 % de los licenciados en Periodismo tienen contrato indefinido. Las profesiones con más contratos indefinidos son los arquitectos (84%) y los que menos, los médicos (22,1%). En Cataluña, el 67,5% de los periodistas encuestados tiene contrato indefinido, y ésta es una tendencia creciente. En el otro lado de la balanza encontramos que los contratos temporales han decrecido más de un 13 % (porcentaje acumulado), en los últimos doce años. La encuesta realizada en Galicia entre los licenciados en Periodismo de los años 1995-2001, es muy desalentadora puesto que indica que tan sólo el 31,4% de los licenciados tiene trabajo fijo. La situación que más se da es la de contratos temporales (43,6%). Un 7,1% de los licenciados trabajan sin contrato.

Por actividades empresariales es la prensa la que ofrece mayor estabilidad con un 68% de contratos fijos. En el lado opuesto, está la televisión, donde el porcentaje de contratos fijos no llega al 12%. Esto se debe a la propia naturaleza del sector que trabaja por programas y/o temporales y sobre todo realizan contratos por obra y artísticos.

Bel (2004, 306) y la AGP (2000) opinan que el sector está sumido en precariedad laboral "por la elevada tasa de paro, la falta de regulación y las trampas legales existentes, que permiten a las empresas contar con una legión de periodistas dispuestos a firmar contratos temporales en condiciones leoninas".

SUELDO

En las III Jornadas de Empleo de la Universidad Autónoma de Madrid, los responsables de la sección de economía de medios de comunicación destacaron como características del empleo en el ámbito de los medios de comunicación: una elevada estratificación salarial y una remuneración desequilibrada. Sin embargo, atendiendo a la encuesta CHEERS se observa cómo los periodistas se encuentran en una posición intermedia en relación a otros licenciados. Los periodistas tienen unos ingresos anuales medios de 14.780 € (lejos de los Ingenieros de Caminos que cobran 29.660 € o de los arquitectos con 26.190 €, y mejor pagados que los licenciados en Biología, 11.900 €, o en Pedagogía, 12.430 €). El sueldo medio de los licenciados en Ciencias Sociales es de 16.000 €, lo que implica que los licenciados en periodismo reciben un salario por debajo de la media de su grupo.

La encuesta realizada en Santiago de Compostela presenta unos resultados desalentadores: El 37% de los licenciados cobran entre 600 y 900€ al mes (entre 8400 y 12600 € si consideramos 14 meses). El 27% entre 900 y 1200 € (12600-16800). El 20% menos de 600 € y sólo el 16% más de 1200. Por tanto, más de la mitad de licenciados en Periodismo tiene una nómina mensual inferior a los 900 euros.

Según los soportes, los periodistas que trabajan en radio son los peor pagados, ya que de promedio no llegan a los 600 euros netos al mes, mientras que los que ejercen en gabinetes de comunicación o en televisión se acercan a los 800 y 900 euros.

Sin embargo el Libro Blanco de los estudios de comunicación añade un dato ligeramente positivo acerca de la percepción que tienen los periodistas de su salario. Ofrece datos aportados por el Colegio de Periodistas de Cataluña sobre una encuesta realizada a sus colegiados en 2004. El 47,5 % se considera mal remunerado, frente a un 52,5 % opina que no. La AGP (2000) abogaba por establecer en los convenios de medios de comunicación un salario base mínimo para los periodistas equivalente a 2,5 veces el salario mínimo interprofesional.

CONCLUSIONES

Los recién licenciados en Periodismo se encuentran con un entorno laboral nada halagüeño, al que resulta bastante fácil acceder, pero cuyas condiciones son bastante precarias. Los salarios son bajos, la inestabilidad elevada. La mayoría de las empresas del sector pueden ser calificadas de pequeñas empresas, rozando la microempresa (menos de 10 trabajadores) y esto dificulta alcanzar unas buenas condiciones laborales: es difícil especializarse, las promociones en las empresas no son posibles por su estructura reducida, etc. Los empresarios regulan la profesión periodística sin que los empleados puedan ejercer presión. Existe una unión muy escasa en este colectivo y salvo algunos colegios de periodistas más activos y algunas asociaciones de la prensa reivindicativas, prácticamente no existe ningún elemento de poder que se contraponga al de la patronal. Es necesario que exista una mayor unión de los periodistas que los colegios profesionales y las asociaciones de la prensa jueguen un papel activo para garantizar los derechos de estos profesionales vitales para informar, formar y entretener a la ciudadanía.

Bibliografía

- AGP (2000): "Radiografía de la profesión periodística". En Opinar. <http://www.opinar.net> (05/04/00)
- ANECA (2005): Libro Blanco. "Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación". www.aneca.com
- BANCAJA (2002): "La situación laboral de los graduados españoles". En Capital Humano, n. 21, julio.
- BEL MALLÉN, J.I. (2004): "La formación, un desafío permanente para la información". Libro Blanco de la Prensa Diaria, 2004. AEDE: Madrid.
- CINCO DÍAS (2003): "Un tercio de la oferta de empleo reclama recién licenciados", en Cinco Días (versión digital), 28 febrero 2003, Madrid.
- CPC (2004). Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya. CPC.
- Díaz Nosty, B. (1999): La Comunicación en Andalucía 1999/ Situación y tendencias.
- GARCÍA GRACIA, M. I., ZOFÍO PRIETO, J. L. (2003): La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y el Ocio en España (1993-1997). Iberautor. Madrid.
- JIMÉNEZ AGUILERA, J.; MONTERO GRANADOS, R.; SÁNCHEZ CAMPILLO, J. (2003): Educación Superior y Empleo: la Situación de los Jóvenes Titulados en Europa. La Encuesta CHEERS. Universidad de Granada
- PÉREZ DE PABLOS, S. (2005): "¿Qué opinan las empresas de los recién licenciados?". En El País, jueves 24 de febrero de 2005.
- PLAZA, T. y TÉBAR, N. (2002): "Licenciados de Ciencias de la Comunicación en el año 2000". Estudio encargado por el Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra (Barcelona).