

Análisis de la formación universitaria en periodismo *freelance*: la perspectiva de los profesionales españoles¹

Cristian Ramón Marín-Sanchiz² y José Luis González-Esteban³

Recibido: 8 de julio de 2020 / Aceptado: 18 de abril de 2021

Resumen. El periodismo freelance es una modalidad de empleo caracterizada por la tensión entre la autonomía y la precariedad de profesionales autónomos que prestan sus servicios a diversos clientes sin una relación contractual a largo plazo. Teniendo en cuenta que esta forma de autoempleo ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años, el presente artículo de investigación estudia si la universidad española prepara a sus titulados para afrontar los retos laborales del periodismo freelance a través de 21 entrevistas semiestructuradas a profesionales autónomos. Los resultados evidencian una clara desconexión entre los títulos de grado y la realidad de la industria, además de la necesidad de potenciar ciertos contenidos, como la deontología profesional o las habilidades empresariales, y apostar por enfoques más prácticos, con el objetivo de formar a los estudiantes en el plano humanístico y cultural, así como en el de las capacidades específicas para el ejercicio del periodismo freelance.

Palabras clave: periodismo freelance; formación en periodismo; flexibilización del trabajo; periodistas autónomos; emprendimiento

[en] An Analysis of Freelance Journalism Training in Spanish Universities from the Professionals' Perspective

Abstract. Freelance journalism is a form of employment shaped by the tension between the autonomy and precarity suffered by professionals who offer their services to several employers without a long-term commitment. As this self-employment strategy has experienced a great rise in the last years, our paper aims to study if the Spanish university offers a proper education to face the multiple challenges of the craft. In order to do so, we conducted 21 semi-structured interviews with freelance journalists. Results highlight a clear disconnection between degrees and the reality of the industry. Also, professional's testimonies reveal the need to boost some concrete contents, such as ethics and business, and the importance to take a more practical approach in order to offer a humanistic education, but also to develop the necessary skills to perform freelance journalism.

Keywords: freelance journalism; journalism education; flexibilization of work; independent journalists; media entrepreneurship

Sumario. 1. Introducción: la formación en periodismo freelance 1.1. Evolución y características del periodismo freelance 1.2. Necesidad de formación universitaria en autoempleo y periodismo freelance 2. Metodología 3. Resultados 3.1 Efectividad de la universidad española para la formación en periodismo freelance 3.2 Mejora de la formación universitaria en periodismo freelance 4. Conclusiones y discusión 5. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Marín-Sanchiz, C.R., & González-Esteban, J.L. (2021). Análisis de la formación universitaria en periodismo freelance: la perspectiva de los profesionales españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 569-578. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70532>

1. Introducción: la formación en periodismo *freelance*

1.1. Evolución y características del periodismo *freelance*

El periodismo *freelance* es aquella modalidad de empleo en la que, de forma habitual, los profesionales están autoempleados y ofrecen sus servicios y su trabajo a diversos clientes sin un compromiso a largo plazo con ellos (Mathisen, 2017; Walters, Warren & Dobbie, 2006, p. 6). De acuerdo con Cohen (2015),

los orígenes del periodismo *freelance* se sitúan en el siglo XVI, cuando algunos escritores de panfletos eran contratados, sin una vinculación laboral directa, para redactar noticias para la corte. El concepto, además, está ligado a los lanceros libres (*'free lancers'*, en inglés) que ofrecían sus servicios militares al mejor postor durante la Edad Media (López de Zuazo, 1985). La investigación de Argiz Acuña (2006) revela que en el siglo XIX también existen vestigios del periodismo *freelance* actual, en forma de reporteros que ofrecían sus servicios a grandes grupos mediá-

¹ Investigación financiada por una subvención para la contratación de personal investigador de carácter predoctoral del Fondo Social Europeo y la Generalitat Valenciana (ACIF/2019/011).

² Universidad Universidad Miguel Hernández de Elche (España)
E-mail: c.marin@umh.es

³ Universidad Miguel Hernández de Elche (España)
E-mail: jose.gonzalez@umh.es

ticos, como Hearst, en conflictos internacionales. El auge de esta figura profesional llegó a finales del siglo XX, cuando la consolidación de Internet favoreció la flexibilización del trabajo.

Tradicionalmente, en la literatura académica que ha atendido al periodismo *freelance*, se le ha considerado como una subcategoría del ‘empleo atípico’, conformado por aquellos puestos de trabajo que no son permanentes o son a tiempo parcial, pero Hayes y Silke (2018) consideran que, por su crecimiento y presencia en la mayoría de mercados laborales occidentales, no se debe considerar atípico de ahora en adelante. El periodismo *freelance* se ha convertido en una característica estructural de la mayoría de medios de comunicación (Ladendorf, 2012; Holton, 2016), y las cifras lo avalan. El Informe Anual de la profesión Periodística (Asociación de la Prensa de Madrid, 2019) revela que el 25% de los periodistas en España son trabajadores autónomos.

Por tanto, uno de cada cuatro periodistas en España desarrolla una profesión marcada por el equilibrio entre la autonomía y la precariedad (Mathisen, 2017). Además, es necesario tener en cuenta que, en España, la profesión periodística se caracteriza tanto por una escasa regulación como por numerosas carencias en los mecanismos de autorregulación (González-Esteban et al., 2011), circunstancia que dificulta la protección de los profesionales ante los riesgos de precarización del periodismo *freelance*.

En este sentido, los medios tienen una clara responsabilidad como entidades protagonistas de la industria. La figura del *freelancer* les ofrece una mayor flexibilidad del empleo y, por tanto, una forma de empleo más atractiva desde el punto de vista económico. Los estudios en el ámbito nacional que analizan esta problemática son prácticamente inexistentes, pero las investigaciones internacionales coinciden: habitualmente, el periodismo *freelance* se caracteriza por bajos ingresos, escasa seguridad laboral y social, jornadas laborales largas y un acceso limitado a la protección de los sindicatos y organizaciones (Cohen, 2012). Según esta investigadora, los periodistas *freelance* obtienen un mayor control sobre su proceso laboral, pero a cambio ceden flexibilidad al empleador, “que obtiene una mayor plusvalía de los escritores que están trabajando más duro, durante más horas, y obteniendo menos dinero” (Cohen, 2012, p. 151).

Es interesante comprobar que, a pesar de esta circunstancia, diversas investigaciones (Mathisen, 2017) revelan unos altos índices de satisfacción laboral. Deuze (2017, p. 318) resume este fenómeno explicando que es posible detectar cierto optimismo entre los periodistas *freelance* de países como Alemania, Australia, el Reino Unido o los Estados Unidos, pero al mismo tiempo la academia expone “efectos psicosociales adversos, elevados niveles de estrés y, en general, una salud pobre”. Este optimismo de los periodistas *freelance* también se traduce en una elevada proactividad para mejorar sus condiciones laborales, con diversas estrategias como diversificar ingresos, mejorar su imagen de marca o someterse

a un proceso de formación continua (Brems et al., 2017; Fröhlich et al., 2014). Este proceso, que en numerosas ocasiones tiene lugar fuera del ámbito universitario, se puede fortalecer desde las facultades, favoreciendo así el desarrollo de trayectorias profesionales menos expuestas a sufrir unas condiciones laborales inadecuadas.

1.2. Necesidad de formación universitaria en autoempleo y periodismo *freelance*

El conocimiento que adquieren los periodistas durante su etapa de formación universitaria se puede dividir en dos áreas: académica y profesional (de Burgh, 2003). La primera, en términos generales, está orientada a conocer la función y la importancia de los medios de comunicación y los periodistas en el contexto social, desde puntos de vista tan variados como la sociología o la filosofía. La segunda, en cambio, se centra en el desarrollo de las habilidades necesarias para el ejercicio de la profesión. En este último ámbito se puede encuadrar la formación en las capacidades necesarias para ejercer el periodismo *freelance*.

La literatura académica que se orienta de forma específica a la educación en periodismo *freelance* como alternativa de empleo es muy escasa, pero se ha atendido al fenómeno de forma incidental a través de un gran *corpus* teórico dedicado al autoempleo y el emprendimiento. Esta habilidad puede materializarse de varias formas. Desde la creación de *startups* de base tecnológica que buscan la validación de un modelo de negocio hasta el fomento del autoempleo como periodistas empleado por cuenta propia.

Ya en 2013, un momento de gran incertidumbre económica y de cambio estructural en el ámbito de los medios por la consolidación de las grandes plataformas sociales, los investigadores Casero-Ripollés y Cullell-March (2013, p. 688) aseguraron que era necesario “elaborar propuestas formativas que potencien las competencias y mecanismos para promocionar el espíritu emprendedor como opción profesional entre los futuros periodistas”. El objetivo es preparar a los alumnos para afrontar el autoempleo, una salida laboral “clave a corto y medio plazo”. Iniciativas como el Máster en Innovación en Periodismo (Universidad Miguel Hernández de Elche) o el Máster Universitario en Comunicación y Emprendimiento Digital (Universidad Europea de Madrid) son una muestra de este tipo de aproximaciones. A nivel internacional destaca el MA en Social Journalism de la City University of New York, que ofrece un programa en el que se combinan habilidades relacionadas con el emprendimiento, como el desarrollo de productos, con la aspiración de un periodismo social orientado a una comunidad.

Aceituno-Aceituno et al. (2014, p. 413) aseguran que “la formación en emprendimiento tiene un efecto positivo sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes, y muy especialmente de los de periodismo, lo que puede convertirse en un elemento esencial para que el sector supere su crisis”. Además, de

acuerdo con Caro González et al. (2016, p. 20), “los beneficios [del emprendimiento] para la sociedad son múltiples: impulsa la innovación, crea puestos de trabajo, acrecienta el potencial humano y satisface las nuevas demandas de los clientes”. Sin embargo, existen numerosas posiciones críticas que se deben, por un lado, a la vacuidad del término ‘emprendimiento periodístico’, utilizado en numerosas ocasiones con una concreción insuficiente; y, por otro lado, por el temor a que los principios empresariales puedan inferir en la independencia y la calidad periodística (Vos & Singer, 2016).

Según Baines y Kennedy (2010), el periodismo *freelance* es el modelo tradicional de autoempleo en el periodismo. Pero tener un mayor grado de autonomía no implica, como se ha visto, una mayor satisfacción laboral, ni tampoco una mayor independencia periodística. Por esta razón, de acuerdo con estos autores, es necesario reforzar los programas formativos tradicionales, orientados de forma habitual a satisfacer las necesidades de medios tradicionales, para que los profesionales desarrollen las habilidades, las cualidades y el conocimiento necesario para ejercer una actividad independiente. Aunque el margen de mejora es amplio debido a que, tras cursar asignaturas sobre creación y gestión de empresas se mantienen algunas carencias, como la elaboración de presupuestos o el análisis de la competencia (Paniagua-Rojano et al., 2014), la formación en emprendimiento periodístico incrementa las capacidades de los futuros egresados en áreas tan diversas como el diseño de modelos de negocio, la gestión de la estructura organizativa o la innovación (Aceituno-Aceituno et al., 2018).

Para determinar cuáles son las necesidades formativas específicas de los periodistas *freelance*, Solomon (2016, p. 5) toma el camino inverso, y se pregunta qué puede aportar la experiencia de estos profesionales autónomos a la formación universitaria, y reconoce que los programas educativos deben asumir diversos retos. En primer lugar, preparar a los estudiantes para una realidad de riesgos económicos y sociales (ej. aquellos relacionados con una cobertura internacional). En segundo, ofrecerles formación tecnológica, en aspectos como programación, para alinear sus capacidades con un consumo de la información absolutamente ligado a estas cuestiones, una aspiración que encaja a la perfección con los objetivos del Espacio Europeo de Educación Superior (Rosique Cedillo, 2013; Pestano Rodríguez et al., 2011). En tercer lugar, a mejorar sus habilidades empresariales, puesto que numerosos periodistas *freelance* expresan “frustración por no saber cómo gestionar los clientes, negociar o promocionarse”. Y, por último, la capacidad de crear redes de contactos.

De acuerdo con Mathisen (2017), los periodistas *freelance* pueden clasificarse en emprendedores e idealistas. Los primeros expresan una mayor preocupación por la venta del contenido y por la gestión de su actividad empresarial, mientras que los segundos destacan la satisfacción profesional que deriva de trabajar en proyectos de largo recorrido menos vincu-

lados a cuestiones puramente comerciales. Y ambos grupos, al margen de sus ambiciones, lidian con los mismos problemas de precariedad e inseguridad y consideran que el autoempleo, en forma de periodismo *freelance*, es el futuro.

En el presente artículo de investigación, nos centramos en la formación específica para el periodismo *freelance*. Ante el proceso de flexibilización del trabajo que vive la profesión, un fenómeno que parece inevitable, Deuze (2017, p. 318) plantea una visión realista, y considera que es necesario “dar un paso atrás y considerar el emprendimiento no solo como un subconjunto de actividades individuales necesarias para asegurar la supervivencia en una economía global y conectada”, sino como una experiencia que afecta en el día a día a toda la sociedad. Un fenómeno social que los educadores en periodismo deben comprender para conocer el sector y “ayudar a los estudiantes a navegar en él” (Deuze, 2017, p. 320) sin abandonar la crítica a lo postulados existentes. En su investigación sobre la adaptación de los grados en periodismo españoles al EEES, Rosique Cedillo (2013) destaca las palabras de Orihuela (2011), quien considera que “innovar rápido y conservar los valores de la profesión y la función social y política de los medios son las grandes batallas de la comunicación pública hoy”.

Por tanto, el emprendimiento no debe limitarse a la creación de empresas, puesto que es una vía útil para entender y operar en un contexto de cambio constante. Si el estudiantado adquiere las competencias necesarias para centrarse en la resolución de problemas de distinta naturaleza, tiene la oportunidad de aplicar este enfoque a numerosas situaciones laborales: desde el periodismo *freelance* hasta la innovación en el seno de una empresa consolidada (Barnes & de Villiers Scheepers, 2017). Sobre esta visión es posible aunar conocimiento y capacidades profesionales (de Burgh, 2003), dando lugar a profesionales con inquietudes sociales y con las capacidades necesarias para el ejercicio de la profesión periodística. En palabras de Solomon (2016, p. 6), la adaptación de los planes de estudio a la realidad industrial debería ser un proceso continuo, puesto que el sector está en constante transformación. Esta capacidad permitiría que los titulados “reconocieran y aprovecharan nuevas realidades” para ofrecer más valor al consumidor mientras se granjean una trayectoria prestigiosa basada en las oportunidades que ofrece el mercado actual (Aceituno-Aceituno et al., 2015).

2. Metodología

La investigación previa deja claro que es necesario formar a los profesionales para operar en un mercado cambiante, en el que la importancia del autoempleo es creciente. Sin embargo, no se ha atendido a la percepción que tienen los propios periodistas *freelance* españoles sobre la educación universitaria recibida. Con la aspiración de ofrecer una contribución prácti-

ca al campo de estudio, el presente artículo de investigación se plantea los siguientes objetivos:

- O1) Determinar si la educación universitaria (licenciatura, grado, máster) en periodismo ofrece a titulados las herramientas necesarias para autoemplearse como periodistas *freelance*.
- O2) Conocer cuáles son las competencias que una formación universitaria en periodismo *freelance* debería incluir para responder a los retos de la profesión.

Para alcanzarlos, el presente artículo de investigación se basa en una investigación cualitativa a partir de entrevistas semiestructuradas a 21 periodistas *freelance* españoles. La selección de los participantes, a quienes se garantizó el anonimato para fomentar un discurso sin restricciones, se llevó a cabo con un muestreo deliberado, seleccionando aquellos casos ricos en información sobre el fenómeno estudiado (Etikan et al., 2016): la formación universitaria en periodismo *freelance*. Además de la profundidad de sus testimonios, se siguieron dos criterios para escoger los participantes de entre las más de 30 entrevistas realizadas: debían identificarse a sí mismos como periodistas *freelance*, pero al mismo tiempo debían desarrollar una colaboración con medios de comunicación, además de otros sectores en caso de necesitarlo por diversas razones (económicas, intelectuales, etc.). Numerosos profesionales ejercían su labor únicamente en el ámbito de la comunicación corporativa, y se descartó su inclusión en la muestra definitiva.

Finalmente, la muestra está compuesta por una amplia diversidad de profesionales, en el plano geográfico, de la trayectoria en el sector y las especializaciones –periodismo deportivo, cultura, política...–, del grado formativo –licenciatura, grado, máster, dobles grados– y, por supuesto, de distintas universidades. Incluso hay tres periodistas *freelance* que ejercen la docencia, bien como profesores asociados o colaborando con másteres.

Las entrevistas, cuyo cuestionario se centraba en la eficacia de la universidad para formar en periodismo *freelance* y en las diferentes estrategias para mejorar esta oferta educativa, se adaptó en función de las respuestas de los participantes, que mostraron un gran interés por analizar la realidad objeto de análisis. Las respuestas se transcribieron de forma literal y se sometieron a un proceso de codificación con base en las recomendaciones de Hull (2013) para desarrollar teoría a partir de una investigación cualitativa: en primer lugar, se analizó el texto línea por línea para estudiar los fenómenos a los que hacían referencia los entrevistados; en segundo lugar, se agruparon esos conceptos encontrados a lo largo del texto, con distintos niveles de saturación, para desarrollar categorías.

3. Resultados

3.1 Efectividad de la universidad española para la formación en periodismo *freelance*

La práctica totalidad de los entrevistados reconoce que la universidad no les ofreció la formación necesaria para ejercer el periodismo *freelance*. En líneas generales, los participantes describen una desconexión entre el conocimiento ofrecido en el grado o la licenciatura –en el caso de aquellos profesionales con mayor experiencia– y la realidad de la profesión. Por esta razón, son habituales los testimonios que consideran que “la universidad no te prepara para ser *freelance*” (Entrevistado 5) porque, como profesional, “no recibes las herramientas que necesitas” (Entrevistado 16) para el correcto desempeño del oficio. Un participante expresa esta falta de eficacia en los siguientes términos:

No [la universidad no prepara para el periodismo *freelance*]. No te enseñan a hacer un *pitch*, estrategias para tratar con un editor, no te enseñan a buscarte el pan, a tocar puertas, a cómo presentarte tú, a qué tipo de plataformas puedes acceder desde tu posición como *freelance*, a tener un tema o un reportaje y hacerlos más versátiles [...] y a sacar más dinero. Esas estrategias que son imprescindibles para poder dedicarte al periodismo *freelance*. (Entrevistado 3)

La principal problemática a la que apuntan la mayoría de entrevistados es la excesiva carga teórica y la necesidad de apostar por un planteamiento más práctico, puesto que “el periodismo es una profesión, en el sentido de que se aprende haciéndolo” (Entrevistado 6). Otros testimonios confirman esta visión asegurando que “el periodismo es algo absolutamente práctico como para que te tengan encerrado en un aula hablando de sociología de las relaciones internacionales” (Entrevistado 21) o que el estudiante “sale de la universidad con un marco teórico, pero luego lo que te prepara para ser periodista es la práctica y el día a día” (Entrevistado 11).

A pesar de que esta es la corriente mayoritaria, también existen opiniones contrarias a la necesidad de incrementar la carga práctica sin una base teórica sólida, como refleja el siguiente participante:

Yo siempre he pensado que la carrera de periodismo en España está mal enfocada. Pasa superficialmente por meras técnicas asociadas al oficio pero no prepara para la complejidad a la que hay que enfrentarse cuando se acaba la formación. El periodismo es la técnica de transmitir información y, como técnica que es, debería ir precedida de una teoría mucho más sólida y completa que la impartida actualmente. El adagio del océano de un centímetro de profundidad es más real que nunca y hace que el oficio esté también más devaluado que nunca. (Entrevistado 16)

De los testimonios se desprende una visión clara: la mayoría de los participantes valora de forma

positiva que la universidad ofrezca conocimientos teóricos, siempre y cuando sean útiles para la práctica del oficio periodístico. Por un lado, diversos entrevistados consideran que la universidad ofrece una base de conocimiento para que el estudiante pueda escoger el camino a seguir en su trayectoria profesional: “La universidad tiene que darte una visión general, concreta en tu área, y con un margen lo suficientemente amplio como para que tú puedas elegir a qué dedicarte y luego dependerá de ti que hagas el esfuerzo por actualizarte, por acercarte a cuáles son las dinámicas laborales, etc.” (Entrevistado 2). Por el otro, existen conocimientos teóricos concretos, como la deontología o la formación cultural y humanística, que consideran importantes. Del mismo modo, otro participante valora la educación informal que se produce en el contexto universitario, puesto que las aulas son “un ecosistema que te ayuda a despertar muchas inquietudes” (Entrevistado 13).

Los problemas más mencionados son, por tanto, que “los contenidos que se dan son arcaicos, muy estáticos” (entrevistado 5) y que falta “un toque de realidad” (Entrevistado 19), que puede achacarse a que “la universidad ha tenido una trayectoria temporal que es muy distinta a los requerimientos laborales” (Entrevistado 2). Uno de los periodistas *freelance* que desarrolla la docencia cursó la licenciatura y, gracias a su labor como profesor, puede confirmar que la problemática se ha mantenido constante durante las dos últimas décadas.

Al margen de la efectividad, existe un problema que numerosos periodistas *freelance* han expuesto por propia voluntad: el debate sobre la pertinencia y la necesidad de formar a los alumnos en periodismo *freelance*. Numerosos profesionales consideran que este tipo de formación contribuiría a la normalización de una modalidad de empleo precaria, e incluso al fomento de la figura del falso autónomo. Un testimonio explica esta problemática de la siguiente forma:

Enseñar a alguien a ser *freelance*, que supone morir de hambre, no sé... Lo veo complicado [...] Enseñar a no tener horarios ni jefes, y tener que estar mendigando a ver quién te compra un tema, no poder irte de vacaciones... Igual unos consejos estarían bien, pero no sé hasta qué punto se podría dar la situación de normalizar todo eso, porque no te vale enseñar tampoco a negociar mejores tarifas ni nada. Es como está la cosa, entonces... No sé exactamente por dónde tiene que venir la mejora, pero no por enseñar a la gente a ser precaria [...] Lo que explicaría es que eso no es trabajo ni es nada. No incitaría a la gente a hacerlo ni para salvar los muebles. Si no te contratan en el sitio en el que estás, pues a una agencia de comunicación o a un gabinete, que se vive mejor y no pasa nada. (Entrevistado 1)

A pesar de que este tipo de dilemas morales son planteados con frecuencia, algunos profesionales naturalizan la situación y reconocen la importancia de ayudar a los estudiantes a afrontar el entorno laboral al que se enfrentarán fuera de las aulas. Uno de los profesionales admite que “no vendría mal tener unas

nociones mínimas de lo que es ser periodista *freelance* y cómo prepararte de cara a la realidad laboral que te puedes encontrar” (Entrevistado 17) mientras que otro testimonio compara la formación en autoempleo con aquella orientada a las opciones de empleo más clásicas: “Entiendo que la universidad no tiene por qué tener una asignatura de periodismo *freelance*, como no tiene una de periodismo por cuenta ajena, pero sí que es una realidad que, de alguna manera, tiene que afrontar” (Entrevistado 4).

A estas dificultades hay que añadir, además, la problemática propia de la docencia. Uno de los periodistas *freelance* que trabaja como profesor asociado admite que en su departamento “la gente no se acaba de poner de acuerdo sobre qué debería ser” una asignatura de orientada a fomentar el autoempleo (Entrevistado 4). También existen dificultades para adaptar los planes de estudio por los trámites burocráticos y, de forma paralela, es necesario ofrecer un planteamiento amplio para que los distintos perfiles que hay entre el alumnado puedan ahondar, por su propio pie, en la opción laboral que decidan.

Al respecto de la efectividad de los estudios universitarios en periodismo, diversos entrevistados ofrecen una visión panorámica e incluso se cuestionan su utilidad en un sentido más amplio, dejando al margen los aspectos concretos del periodismo *freelance*. De acuerdo con uno de los participantes, “las carreras de periodismo [...] están bastante mal planteadas, porque se dan muchas vueltas sobre cosas que luego no te valen ni para la vida en general, ni para tu trabajo, ni para escribir mejor” (Entrevistado 1). Otro de ellos reconoce que “la universidad no te prepara para nada, ni para ser periodista” (Entrevistado 11), y un tercero confirma esta circunstancia de forma crítica con el planteamiento de la oferta educativa: “Es una carrera ficticia, engordada con un montón de contenidos que no sirven en el día a día” (Entrevistado 9).

En este sentido, diversos entrevistados reconocen que el máster ofrece diversas ventajas respecto a los estudios de grado o licenciatura. Los profesionales utilizan la educación de posgrado con dos propósitos principales. En primer lugar, especializarse en una temática concreta, como los derechos humanos. Y, en segundo lugar, adquirir habilidades necesarias para el ejercicio de la profesión periodística, como el uso de datos o herramientas multimedia, abren “el abanico de posibilidades” laborales porque “lo que buscan los clientes es que les escribas algo y, además, hagas la pieza completa, para no tener que echar mano de otra persona” (Entrevistado 21). Un participante que estudió un máster orientado a desarrollar proyectos periodísticos innovadores en la misma universidad que cursó el grado corrobora su utilidad:

Está mucho más adaptado a los tiempos que corren que la carrera en sí. Hay gente que venía a contarnos cómo se adaptaban y se buscaban las castañas a través de las herramientas y los modelos de negocio. Y eso es importante para cualquier *freelance*. Como decía

Bruce Lee: *be water my friend*. Tienes que adaptarte, ser abierto. No hay una fórmula secreta para lograrlo. Tienes que adaptarte y conseguir tu propio camino. (Entrevistado 9)

Por tanto, los resultados confirman que la educación en periodismo *freelance* es una realidad compleja, que va más allá de la simple formación en autoempleo, puesto que se deben tener en cuenta diversas cuestiones educativas, como la homologación de los programas por parte de las autoridades y la organización de los equipos docentes, además de factores industriales e incluso éticos. Ante esta situación, y para contribuir a la búsqueda de una solución que tenga en cuenta, las necesidades de los profesionales, el siguiente epígrafe analiza posibles vías para atajar y/o enriquecer este tipo de formación.

3.2 Mejora de la formación universitaria en periodismo *freelance*

Los resultados evidencian, en primer lugar, la necesidad de incrementar el enfoque práctico de la formación universitaria en periodismo. Hay dos principales motivos para esta demanda: por un lado, la necesidad de tomarse la profesión como un oficio en el que es imprescindible aplicar los conocimientos, de forma similar “a la carpintería o la fontanería” (Entrevistado 6); por el otro, a la mayoría de participantes les gustaría haber recibido una formación más próxima a la realidad de la industria. No es, por tanto, un problema exclusivo de la formación en periodismo *freelance*, como especifica el siguiente testimonio:

Hay algo muy importante para lo que la universidad no te prepara, tanto si eres *freelance* como si no: la realidad del periodismo. Es un sector superduro, en el que hay habilidades de relación social y de comunicación dentro del propio sector y de la propia redacción. La gente se olvida de que son entornos con mucho estrés. (Entrevistado 19)

Como forma de incrementar las capacidades de los futuros periodistas para operar en el sector con éxito, reduciendo así el riesgo de sufrir malas condiciones laborales, numerosos entrevistados apuestan por incorporar una serie de habilidades interpersonales, como la asertividad o la tolerancia a la frustración. Una “formación emocional” (Entrevistado 19) que permita reducir los niveles de estrés y de incertidumbre propios de esta modalidad de autoempleo. Según un participante, estas habilidades son importantes porque permiten “esa red de gente a la que puedes recurrir o que en un momento dado pueden hablar bien de tu profesionalidad ante terceros. [...] Es un poco el sistema de enlaces de Internet trasladado a la vida real” (Entrevistado 18).

También proponen acercar la industria a las aulas a través de profesores que conozcan la realidad sectorial. “Creo que la manera de incorporar contenidos más prácticos es contratar profesores que hayan sido periodistas y que animen, sobre todo, a crear esa cu-

riosidad y esa generosidad” (Entrevistado 5), detalla uno de los participantes. Otro confirma esta circunstancia con un testimonio personal:

Hay profesores tan distintos... Hay algunos que son periodistas porque tienen la titulación, pero nunca han ejercido como tales. Entonces, es gente muy de despacho, y con un punto de vista muy académico. Y luego hay otros periodistas, que todos lo notábamos un montón, que trabajaban en un diario y se dedicaban a ser profesores en sus ratos libres. Te daban consejos de verdad, te animaba a ir a sitios. Esos sí que se movían, pero al final es lo de siempre: depende del profesor. Igual que en el instituto o en cualquier otra etapa. Si te acaba apasionando una asignatura, buena parte de la culpa la tiene el profesor. (Entrevistado 14)

De forma similar, existe una demanda frecuente: la incorporación de capacidades empresariales, como la negociación. Sin abandonar los principios periodísticos, la mayoría de entrevistados se plantean estas cuestiones por pragmatismo: “Vamos hacia un mundo en el que cada vez va a haber más *freelancers*. Las redacciones van menguando y ese trabajo tiene que hacerlo alguien. Entonces, seguramente, sí que estaría bien [incorporar habilidades como el *networking*]” (Entrevistado 11). Por tanto, numerosos entrevistados valoran distintas habilidades que les habrían ahorrado tiempo en su desempeño profesional:

Entre lo que sí me hubiera gustado que alguien me explicara al empezar a ser autónoma están los trámites para convertirte en trabajador autónomo y lo que significa ser *freelance*, cómo se elabora una factura, cuándo facturar con IVA [...] y con IRPF, cómo se lleva la contabilidad y cómo realizar una declaración de la renta en el caso de los autónomos. (Entrevistado 11)

Al mismo tiempo, más allá de capacidades específicas para operar en el día a día, existe una línea de pensamiento que valora la visión de negocio, a través de la cual el alumno es capaz de descubrir qué puede aportar al mercado laboral, según un entrevistado que también ejerce como docente: “Lo que tienes que pensar, más allá del *freelance* o no *freelance*, es qué tipo de dinámicas, experiencia o aproximación puedes traer al sector para solventar problemas que tenga” (Entrevistado 2). Además, un planteamiento empresarial del periodismo *freelance*, a través de la formación en emprendimiento permite mejorar los resultados, tanto en el plano económico como en el periodístico, porque potencia la formación:

Si una empresa dedica parte de los beneficios a I+D, yo creo que un *freelance* debe invertir un poco en conocimientos de la persona. Porque tienes que estar al día. Un amigo me dijo, y se me quedó grabado, que todo buen profesional tiene que estar obligado, cada cinco o diez años, a reciclarse. A seguir estudiando. No te dice el qué, pero para seguir estando al día. Y en un tema como el periodismo es básico. (Entrevistado 8)

Otras capacidades que valoran los profesionales, y en las que consideran que han sido formados en mayor o menor medida, pero siempre con margen de mejora, son el periodismo multimedia, la comunicación con los editores, la diversificación de ingresos o la gestión de la carga de trabajo.

En definitiva, se trata, según un participante, de contribuir a que el periodista se especialice en una temática concreta, o al menos conozca cuál es el campo de acción al que quiere orientarse, y sea “una navaja suiza” (Entrevistado 8). “Hay que especializarse en un nicho para que las empresas te busquen a ti por ello, pero que seas capaz de hacer cualquier producto periodístico que exijan los medios”, sentencia.

Este objetivo se puede lograr desde distintos niveles educativos. Diversos testimonios dejan claro que el grado es un espacio para construir los cimientos del futuro profesional, no para abarcar todas las posibles salidas laborales a las que se enfrenta el titulado. Por esta razón, se valora el máster como una vía de especialización o de profundización en capacidades útiles para la profesión. Los testimonios revelan que con el máster “es más fácil enganchar con la realidad” (Entrevistado 18) y evitar esa sensación de que “el periodista sabe de todo y de nada” (Entrevistado 5).

Resulta interesante, además, que dos de los entrevistados mencionen la posibilidad de convertir los estudios de periodismo en una Formación Profesional (FP). Los objetivos, no obstante, son distintos. Un periodista *freelance* pretende desvincular la universidad del enfoque puramente laboral:

Yo no considero que la universidad tenga que preparar para el mundo laboral este que hay ahora. Creo que la universidad es una cosa y el trabajo otra. Para eso está la FP, pero la universidad tiene que dar un conocimiento más amplio. (Entrevistado 1)

Otro, en cambio, se remite a una cuestión pragmática, puesto que considera que el contenido podría reducirse:

Realmente, convertiría la carrera de periodismo en una FP. Porque creo que cuatro años, para una teoría tan básica... No creo que consigas formar periodistas de esa manera. Más que cambiar asignaturas, cambiaría radicalmente el planteamiento de la carrera. (Entrevistado 5)

De nuevo, las propuestas de mejora no se limitan a la formación en periodismo *freelance*: están orientadas a mejorar la educación universitaria en un sentido más amplio. Sin embargo, desde una perspectiva práctica, diversos participantes proponen que la formación en periodismo *freelance* se realice a través de talleres o charlas de profesionales, como complemento a otras cuestiones más generales de la profesión periodística y a habilidades transversales, como la formación humanística o la actitud emprendedora.

4. Conclusiones y discusión

Los objetivos del presente artículo de investigación se orientan a conocer la efectividad de la formación universitaria en periodismo para preparar a sus estudiantes en conocimientos relacionados con el periodismo *freelance*, además de ofrecer diversas claves para incrementarla a través de los planes de estudio.

En consonancia con estos objetivos, la primera aportación del estudio es determinar que el grado (y la licenciatura, en el pasado) adolece de una clara falta de atención a una modalidad de empleo a la que cada día están sujetos más profesionales de la industria. Aunque existen voces contrarias a promover el periodismo *freelance* desde las facultades porque podría normalizarse una posición que tiende a la precariedad, la realidad es que existe una intención emprendedora “considerable” entre los estudiantes de periodismo españoles (López-Meri et al., 2020). En consecuencia, la mayoría de entrevistados admite que es necesario ofrecer herramientas que preparen a los alumnos y alumnas para un sector duro cuya precariedad se agrava por la tensión propia del periodismo *freelance*, que permite una mayor flexibilidad laboral y, al mismo tiempo, expone a los informadores a un mayor riesgo de precariedad. La literatura académica ha demostrado que los *freelancers* son muy proactivos a la hora de mejorar sus condiciones laborales a través de distintas estrategias, entre ellas la formación, pero varias de estas capacidades podrían tratarse en el entorno universitario, favoreciendo así la entrada al mercado laboral desde una posición de mayor fortaleza.

Para ello, tal y como apunta Rosique Cedillo (2013: 129), es imprescindible que el profesorado también tenga una actitud proactiva y abra “el campo de la docencia y del aprendizaje al mundo real del ejercicio de las profesiones concretas”. Esto exige “un esfuerzo añadido de formación continua en contextos específicos de su especialidad” cuya importancia, de acuerdo con los periodistas *freelance*, es clave para garantizar una formación exitosa. Es por ello que los resultados corroboran aportaciones previas de la literatura científica, tanto de carácter cualitativo como cuantitativo. Ejemplo de las primeras es el estudio llevado a cabo por Aceituno-Aceituno et al. (2018, p. 91), quienes insisten en “la importancia de dotar a este tipo de educación de mayor carácter práctico, actualizado e interconectado con el mundo empresarial y universitario”. Por su parte, Roses y Gómez-Calderón (2013, p. 415) emplean una metodología cuantitativa basada en encuestas a profesionales, y llegan a la conclusión de que tanto los periodistas más veteranos como los más jóvenes “coinciden en señalar que la ausencia o insuficiencia de prácticas es el principal inconveniente de la titulación”. Aunque la adaptación al EEES potenció la incorporación de contenidos prácticos, más centrados en comunicación y con un carácter menos multidisciplinar dentro de la rama de las Ciencias Sociales, la renovación fue

moderada (Sánchez-García, 2015) e insuficiente, de acuerdo con los participantes del presente estudio.

Otra de las principales aportaciones de este artículo de investigación es detectar diversos conocimientos y habilidades que, según los profesionales, deberían incorporarse a los planes de estudio. Los entrevistados consideran que capacidades profesionales tan distintas como el periodismo multimedia, una mayor carga deontológica, la gestión emocional del autoempleo o los conocimientos empresariales contribuirían a que los titulados afrontaran su labor profesional desde una posición más fuerte. Es interesante que estos hallazgos coincidan con los de Solomon (2016), y que los periodistas *freelance* de distintos países mencionen habilidades similares de diversa índole, como el marketing, el periodismo multimedia o gestión del riesgo.

Ligado a esto último es posible detectar, además, los dos perfiles establecidos por Mathisen (2017) en su investigación sobre el periodismo *freelance* en Noruega. Aunque en ambos casos son partidarios de perfeccionar los estudios de grado, los profesionales con un carácter más emprendedor naturalizan la inserción en el currículum de los conocimientos relacionados con la autogestión del negocio, mientras que aquellos con un carácter más idealista son proclives a apoyar la profundización en contenidos orientados a la preparación humanista y crítica de los estudiantes. Resulta interesante que esta distinción no solo se refleje en el desempeño profesional, sino también en su visión de los planes de estudio.

Es interesante poner en contexto estos hallazgos con otros grados de referencia en el mundo. Por ejemplo, la Universidad de Texas, sede del Knight Center, incluye habilidades como la publicidad o el *storytelling* digital de forma complementaria a estudios sobre el papel del periodismo en la sociedad democrática. El grado en medios digitales y tecnología de la Freie Universität de Berlín, por su parte, ofrece principios de negocio, marketing y emprendimiento, así como habilidades de negociación y estudios sobre sostenibilidad. Y la Universidad de Chile también ofrece habilidades de gran utilidad para el periodismo *freelance*, como la comunicación interpersonal o la administración de empresas. En todas ellas, además, las prácticas profesionales forman parte del currículum básico.

Se trata, por tanto, de programas mucho más concentrados y orientados a los retos específicos de la profesión periodística, que plantean un enfoque muy similar al que defienden los periodistas *freelance* que han participado en el presente estudio. Caso paradigmático es el del ya mencionado máster en periodismo social de la City University of New York, un posgra-

do de emprendimiento que se transformó en un programa que combina habilidades empresariales con el periodismo de servicio público.

En definitiva, la educación en periodismo se enfrenta a una compleja realidad en la que debe mantener los pilares periodísticos y, al mismo tiempo, atender a numerosas cuestiones técnicas y laborales que son de utilidad para ejercer un oficio complejo y marcado por unas condiciones laborales complicadas. Aunque los másteres resultan de utilidad para que los futuros profesionales –y aquellos en activo– incrementen sus capacidades profesionales, es necesario allanar el camino desde los estudios de grado para que el alumnado tenga una alternativa de empleo más al finalizar su etapa universitaria. En cualquier caso, a pesar de que entre los periodistas *freelance* existen voces que ponen en tela de juicio el papel de la Universidad como entorno ideal para la enseñanza del periodismo, la mayoría de profesionales considera importante que se potencien, de forma paralela, la “dimensión intelectual que ha de tener el informador” y las iniciativas que pretenden satisfacer las demandas del mercado laboral (Desantes Guanter, 1992, p. 91; Real, 2012, p. 119).

En este sentido, los autores de la presente investigación son conscientes de que la responsabilidad de mejorar las condiciones laborales de los periodistas *freelance* no recae únicamente en los propios profesionales ni, por supuesto, en las facultades. Es necesaria una mejora estructural del sector, que sufre una gran presión financiera por las dificultades de numerosas empresas para encontrar un modelo de negocio sostenible (Marín Sanchiz & Carvajal, 2020), pero la investigación confirma que desde las aulas se puede realizar un esfuerzo para inculcar una visión más realista, reduciendo la presencia de asignaturas complementarias, para que el egresado obtenga más herramientas y una panorámica amplia sobre el mercado laboral al que se enfrenta.

A partir de las virtudes y limitaciones detectadas por los profesionales, además de sus propuestas, futuras investigaciones en este ámbito deben conocer y analizar aquellas iniciativas que hay en marcha en el ámbito universitario para formar en periodismo *freelance*, tanto en el plano nacional como en el internacional, con el objetivo de realizar una propuesta de mejora completa. Para el alcance de esta meta también resultaría de gran ayuda un estudio de la percepción de los propios docentes, así como una profundización en las necesidades de los medios de comunicación en lo que respecta a la búsqueda de talento y la colaboración con los profesionales independientes.

5. Referencias bibliográficas

- Aceituno-Aceituno, P., Casero-Ripollés, A., Escudero-Garzás, J.J. & Bousoño-Calzón, C. (2018). University training on entrepreneurship in communication and journalism business projects. *Comunicar*, 57 (XXVI), 91-100.
- Aceituno-Aceituno, P., Bousoño-Calzón, C., Escudero-Garzás, J.J. & Herrera-Gálvez, F.J. (2014). Formación en emprendimiento para periodistas. *El Profesional de la Información*, 23 (4), 409-414. <https://doi.org/10.3145/epi.2014.jul.09>

- Aceituno-Aceituno, P., Bousoño-Calzón, C. & Herrera-Gálvez, F. J. (2015). Una propuesta para impulsar el espíritu emprendedor y la capacitación en el futuro de la profesión periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21 (2), 929-942. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50893
- Argiz Acuña, Á. (2006). De mercenarios a héroes: un recorrido por la historia del periodismo Freelance. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12 (12), 27-43. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2006.v12.13100
- Asociación de la Prensa de Madrid (Ed.) (2019). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid. <https://bit.ly/3tildHH>
- Baines, D. & Kennedy, C. (2010). An education for independence: Should entrepreneurial skills be an essential part of the journalist's toolbox?. *Journalism Practice*, 4 (1), 97-113. <https://doi.org/10.1080/17512780903391912>
- Barnes, R. & de Villiers Scheepers, M.J. (2017). Tackling uncertainty for journalism graduates: A model for teaching experiential entrepreneurship. *Journalism Practice*. doi:10.1080/17512786.2016.1266277
- Brems, C., Temmerman, M., Graham, T. & Broersma, M. (2017). Personal Branding on Twitter: How employed and freelance journalists stage themselves on social media. *Digital Journalism*, 5 (4), 443-459. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1176534>
- Casero-Ripollés, A. & Cullell-March, C. (2013). Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, 681-690. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42151
- Caro-González, F.J., Sánchez-Torné, I. & Romero-Benabent, H. (2016). Impacto de la formación en emprendimiento en estudiantes sin formación empresarial. VII Jornada de Innovación e Investigación docente. Universidad de Sevilla.
- Cohen, N.S. (2012). Cultural work as a site of struggle: Freelancers and exploitation. *TripleC*, 10(2), 141-155. <https://doi.org/10.31269/vol10iss2pp141-155>
- Cohen, N.S. (2015). Entrepreneurial Journalism and the precarious state of media work. *South Atlantic Quarterly*, 114 (3), 513-533. <https://doi.org/10.1215/00382876-3130723>
- De Burgh, H. (2003). Skills Are Not Enough: The Case for Journalism as an Academic Discipline. *Journalism*. 4 (1), 95-112.
- Desantes Guanter, J.M. (1974). *La información como derecho*. Editora Nacional.
- Deuze, M. (2017). On Media and Entrepreneurship as Ways of Being in the World: A Challenge to Journalism Education. In R. S. Goodman & E. Steyn (Eds.), *Global Journalism Education in the 21st Century: Challenges and Innovations* (pp. 307-326). Knight Center for Journalism in the Americas
- Etikan, I., Musa, S.A., & Alkassim, R.S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Fröhlich, R., Koch, T. & Obermaier, M. (2013). What's the harm in moonlighting? A qualitative survey on the role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of PR. *Media, Culture and Society*, 35 (7), 809-829. <https://doi.org/10.1177/0163443713495076>
- González-Esteban, J.L., García-Avilés, J.A., Karmasin, M. & Kaltenbrunner, A. (2011). La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. doi:10.4185/RLCS-66-2011-940-426-453 / CrossRef link
- Hayes, K. & Silke, H. (2018). The Networked Freelancer?: Digital labour and freelance journalism in the age of social media. *Digital Journalism*, 6(8), 1018-1028. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1505438>
- Holton, A.E. (2016). Intrapreneurial Informants: An emergent role of freelance journalists?. *Journalism Practice*, 10 (7), 917-927. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1166069>
- Hull, S. (2013). Doing Grounded Theory. Notes for the aspiring qualitative analyst. University of Cape Town: Division of Geomatics. doi: 10.6084/M9.FIGSHARE.1050453
- Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists' ethical boundary settings in information work. *Nordicom Review*, 33 (1), 83-98. <https://doi.org/10.2478/nor-2013-0006>
- López de Zuazo, A. (1985). *Diccionario del periodismo*. Pirámide.
- López-Merí, A., Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2020). What is Behind the Entrepreneurship Intention in Journalism? Entrepreneur Typologies Based on Student Perceptions. *Journalism Practice*, 1-18. doi:10.1080/17512786.2020.1715821
- Marín-Sanchiz, C.R. & Carvajal, M. (2020). Análisis de la transformación de los modelos de negocio periodísticos: propuesta de un nuevo framework para estudios de caso. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (20), 283-310.
- Mathisen, B.R. (2017). Entrepreneurs and Idealists – Freelance Journalists at the Intersection of Autonomy and Constraints. *Journalism Practice*, 11 (7), 909-924. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1640633>
- Orihuela, J.L. (2011). Introducción del libro: 80 claves sobre el futuro del periodismo. *eCuaderno*. <https://bit.ly/2MXMFu4>
- Paniagua-Rojano, F. J., Gómez-Aguilar, M. & González-Cortés, M. E. (2014). Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 548-570. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1024>
- Pestano-Rodríguez, J.M., Rodríguez-Wangüemert, C. & Del-Ponto, P. (2011). Transformaciones en los modelos de formación de periodistas en España. El reto europeo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17 (2), 401-415.
- Real, E. (2012). Los estudios de Periodismo en España, competencias y destrezas. In C. Marta-Lazo, M.C. Agustín, M.C., & M.I. Ubieto (Coords.). *Competencias interdisciplinarias para la comunicación y la información en la sociedad digital* (pp. 115-144). Icono 14.

- Roses, S. & Gómez-Calderón, B. (2013). Valoración de los profesionales sobre la enseñanza del periodismo en España. Un análisis intergeneracional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19 (1), 403-418.
- Rosique-Cedillo, G. (2013). Los estudios universitarios de periodismo en España: la adaptación al EEES y la formación de periodistas en competencias digitales. *Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos*, 1, 117-132.
- Sánchez-García, P. (2016). Los efectos de la primera fase del EEES en la enseñanza del periodismo en España: mayor especialización y formación práctica. *Comunicación y Sociedad*, 29 (1), 125-143.
- Solomon, E. F. (2016). How freelance journalists can help shape journalism education. *Journalism and Mass Communication Educator*, 71 (2), 241-247. <https://doi.org/10.1177/1077695815589444>
- Vos, T.P. & Singer, J.B. (2016). Media Discourse About Entrepreneurial Journalism: Implications for journalistic capital. *Journalism Practice*, 10 (2), 143-159. doi:10.1080/17512786.2015.1124730
- Walters, E., Warren, C. & Dobbie, M. (2006). *The Changing Nature of Work: A Global Survey and Case Study of Atypical Work in the Media Industry*. International Federation of Journalists.

Cristian Ramón Marín-Sanchiz. Personal investigador en la Universidad Miguel Hernández de Elche. Es graduado en periodismo y Máster en Innovación en Periodismo por esta misma universidad, con premio extraordinario de grado. En la actualidad, su actividad académica está financiada por el Fondo Social Europeo y la Generalitat Valenciana a través de una subvención para la contratación de personal investigador de carácter predoctoral. Sus líneas de investigación se centran en los modelos de negocio para el periodismo deportivo y las condiciones laborales de los profesionales de la información, mientras que su docencia se orienta a la creación de proyectos periodísticos especializados y a la estrategia en redes sociales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8263-4549>

José Luis González-Esteban. Profesor Titular de Periodismo y Vicerrector adjunto de Relaciones Internacionales en la Universidad Miguel Hernández de Elche, donde imparte docencia en el Grado de Periodismo y en el Máster de Innovación en Periodismo. Sus líneas de investigación están centradas en los procesos de transformación del periodismo y la política. Es Máster en Derecho Comunitario, ha publicado más de medio centenar de artículos, libros y capítulos de libro, dirigido siete tesis doctorales y ha sido profesor invitado en distintas universidades europeas, norteamericanas y centroamericanas. Actualmente forma parte del Grupo de Investigación MediaFlows. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9100-7336>