

Periodistas del Siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales

Felix Ortega
Universidad Complutense de Madrid
M^a Luisa Humanes
Universidad de Salamanca

En nuestro país la Licenciatura en Periodismo como formación para el ejercicio de la profesión constituye el sistema de aprendizaje y socialización más extendido. Las últimas encuestas a periodistas así lo ponen de manifiesto: en 1990 el 35% de los entrevistados se declararon licenciados en Ciencias de la Información (*Periodistas*, 1990), el porcentaje se eleva hasta el 66,7% en el estudio sobre la élite periodística (Diezhandino, Bezunarte y Coca, 1995), casi tres cuartas partes de los periodistas madrileños declaraban en 1995 tener la Licenciatura y el 70% de los entrevistados por el CIS en 1999 (Encuesta sobre periodismo y sociedad española, 1995; García Cortázar, García de León, Ortega, Callejo y del Val, 1999). Estas cifras apoyan el interés que tiene conocer qué piensan los estudiantes sobre su futura profesión, para a partir de ahí poder inferir las tendencias futuras en el ejercicio del periodismo.

Hasta el momento –y a pesar de la importancia ya remarcada– no se han prodigado en España los trabajos sobre las motivaciones y expectativas profesionales de los alumnos de periodismo. La única referencia que poseemos es la encuesta realizada a estudiantes de la Universidad Autónoma de Barcelona en 1987 y que formaba parte de un estudio comparado en 22 países (Splichal y Sparks, 1994). La situación española no es una excepción; salvo en los Estados Unidos y en Alemania, no existe una tradición de estudios sistemáticos sobre este asunto. Dos razones explican este hecho. En primer lugar, la ambigüedad sobre la naturaleza del trabajo periodístico y su inclusión dentro de las profesiones en sentido tradicional. En segundo lugar, la propia falta de consenso sobre la formación académica como vía de socialización profesional para el periodismo. En este artículo nos proponemos analizar algunos aspectos de las tendencias profesionales de los futuros periodistas tomando como referencia básica los resultados de una encuesta realizada durante 1999. Comenzaremos ocupándonos de la organización de los estudios de Periodismo en nuestro país con el objetivo de contextualizar el tipo de formación académica que antecede al ejercicio de la actividad informativa.

FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL PERIODISMO Y SU CONTEXTO ACADÉMICO EN ESPAÑA

La discusión en torno al status académico de las Ciencias de la Comunicación se ha centrado en dos aspectos. Por un lado, se ha debatido su identidad como disciplina científica con un objeto y métodos de investigación propios. Por otro, su utilidad como formación profesional, del mismo modo que los estudios de Derecho y Medicina son imprescindibles para ejercer estas actividades. Frente a la rápida implantación de los estudios universitarios de Periodismo en Estados Unidos, en Europa su asimilación resultó más difícil tanto por la oposición de la profesión como de la academia. Se mantuvo durante bastante tiempo que la formación necesaria para los informadores debía ser de tipo generalista y orientada a la transmisión de las técnicas empleadas en el trabajo cotidiano de las redacciones. Ésta fue también la postura sustentada por las universidades respecto a la formación de los periodistas. De este modo se afirmaba que el mejor periodista era quien había realizado una carrera universitaria y después había aprendido las técnicas periodísticas en una redacción. Desde su nacimiento, la disciplina se ha visto sometida a numerosas críticas en cuanto a su eficiencia como instancia socializadora adecuada a las necesidades de la profesión. Se le reprocha ser una ciencia social con pretensiones de analizar el proceso de producción de la noticia, más que de ofrecer los conocimientos necesarios para producirla. Esto es, se le acusa de ser una ciencia abstracta y no pragmática, ante lo cual se replica que la Universidad nunca ha sido un centro de formación profesional. Así, las Ciencias de la Comunicación se enfrentan a la dificultad de unir los contenidos de las técnicas periodísticas con el estudio científico de la comunicación de masas, lo cual ha provocado la ya mencionada separación entre la formación ofrecida en las empresas y los estudios de la Universidad (French y Richards, 1994). Wolfgang Donsbach ha señalado cuatro tesis que explicarían las relaciones conflictivas entre los periodistas y los académicos en este aspecto: (1) los periodistas ven con desagrado y rechazo que los científicos quieran conocer cuáles son los mecanismos y motivaciones que determinan su trabajo, puesto que una de sus más importantes aspiraciones es la autonomía profesional; (2) la tendencia, ya mencionada, de las ciencias sociales a producir explicaciones sobre los fenómenos de la comunicación más que a ofrecer soluciones prácticas, ha reafirmado a los periodistas en su idea de que las Ciencias de la Comunicación trabajan al margen de la realidad; (3) entre la ciencia y la práctica existe escasa relación: los periodistas no prestan atención a la investigación, aunque ésta tenga como objeto su trabajo; y (4) como consecuencia de una cierta despreocupación los periodistas tienen un profundo desconocimiento de los objetivos de las Ciencias de la Comunicación, entre los que se encuentra precisamente el aportar técnicas y saberes aplicables en las redacciones (Donsbach, 1978). No obstante, la dicotomía estudios universitarios versus aprendizaje práctico parece haber sido en parte superada en las dos últimas décadas. De este modo, el establecimiento de la formación de periodistas en la Universidad es resultado de la combinación de tres factores: el interés de los medios de comunicación por mejorar la cualificación profesional de sus trabajadores, las universidades o escuelas superiores que deciden ofrecer una formación basada en criterios científicos, y el sistema político, que considera funcional la creación de estas

instituciones, y más tarde se constituye en garante y financiador de las escuelas o facultades.

Las aportaciones introducidas por la academización de la enseñanza del periodismo se hacen evidentes en varios campos. Directamente ha afectado a los contenidos de la formación por cuanto se ha hecho hincapié en las implicaciones sociales y políticas de la comunicación de masas, en la especialización, e incluso en la incorporación de los métodos científicos como parte de las técnicas de trabajo periodístico –por ejemplo en el periodismo de investigación y de precisión. Más indirectamente los efectos de esta formación científica han repercutido también en la propia evolución del periodismo hacia el status de profesión. Así, ha permitido la introducción de innovaciones en los modos de trabajar, mayor especialización, cualificación y autonomía, y en menor medida ha servido como control en la selección y reclutamiento de periodistas (Langenbücher, 1978).

La actual configuración de los estudios de Periodismo en España comienza con el Decreto de 30 de agosto de 1991 del Ministerio de Educación y Ciencia (BOE de 10 de octubre de 1991) que establece las líneas maestras de los nuevos planes de estudio de Ciencias de la Información. La primera novedad es la conversión de las tres ramas de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad en tres licenciaturas distintas. Este desdoblamiento de la antigua Licenciatura en Ciencias de la Información se ha visto como una garantía de la especialización en los distintos campos profesionales. En cuanto a la licenciatura de Periodismo el Ministerio marcaba cuatro directrices generales. La primera define los objetivos de los estudios: “proporcionar una formación especializada en el ámbito de la elaboración, gestión y difusión de la actividad informativa periodística, en sus diversos ámbitos temáticos y en los distintos medios de comunicación”. El Decreto presenta un cuadro con las asignaturas troncales –de inclusión obligatoria en todos los programas– tanto para el primer ciclo como para el segundo:

Cuadro 1.
Asignaturas troncales contenidas en el Decreto de 30 de agosto de 1991

Materias troncales	Créditos	Áreas de conocimiento
Primer Ciclo		
Análisis del entorno social y de su evolución histórica	8	Ciencia Política y de la Administración, Historia contemporánea, Historia del Derecho y de las instituciones, Historia del Pensamiento y de los Movimientos sociales y Políticas, Historia e Instituciones Económicas y Sociología.
Comunicación e Información audiovisual	12	Comunicación audiovisual y Publicidad y Periodismo
Comunicación e Información escrita	12	Comunicación audiovisual y Publicidad y Periodismo
Documentación informativa	6	Biblioteconomía y Documentación, Comunicación audiovisual y Publicidad y Periodismo

Materias troncales	Créditos	Áreas de conocimiento
Lengua	8	Filología correspondiente
Publicidad y Relaciones Públicas	12	Comunicación audiovisual y Publicidad
Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	10	Comunicación audiovisual y Publicidad, Periodismo, Psicología Social y Sociología
Segundo Ciclo		
Derecho de la Información	7	Derecho Administrativo y Derecho constitucional
Periodismo especializado	12	Periodismo
Producción periodística	14	Comunicación audiovisual y Publicidad, Organización de empresas y Periodismo
Tecnología de la Información	10	Comunicación audiovisual y Publicidad y Periodismo
Teoría e historia del Periodismo.	9	Comunicación audiovisual y Publicidad y Periodismo

Las materias troncales representan alrededor del 30% del contenido total de la Licenciatura, por lo que las universidades han tenido un amplio margen de maniobra para elaborar sus propios currícula (Humanes, 1997).

Joachim Westerbarkey (1978) operacionalizó, hace ya dos décadas, los objetivos y contenidos de los estudios de Periodismo utilizando tres cuestiones: qué, cómo y por qué. La primera de ellas se refiere a las materias propias de estos estudios; el cómo, al aprendizaje de las rutinas profesionales que incluyen, y el por qué a la interpretación del trabajo periodístico. El qué se refiere a materias como Economía, Política, Derecho y Humanidades, consecuencias de la praxis de los medios de comunicación, organizaciones periodísticas, contenido y forma, y resultados de la investigación de los efectos de los medios. El cómo a los modos de trabajar en el periodismo, tanto en general como las técnicas específicas de los medios impresos o audiovisuales. El por qué estaría centrado en las aportaciones de la Teoría de la Comunicación, y el fundamento y puesto concreto del periodismo en el sistema de la comunicación de masas. A continuación vamos a analizar cómo se ajustan a este esquema los contenidos y objetivos de los nuevos planes de estudio en España.

A. Contenido general de los planes de estudio. Como ya hemos dicho los estudios se dividen en dos ciclos. El primer ciclo –que se recomienda común para las tres licenciaturas de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas– tendrá una carga total no inferior a 120 créditos, distribuidos en teóricos y prácticos. Las materias se reparten en dos áreas:

- Las denominadas no específicas: “Análisis del entorno y de su evolución histórica”, epígrafe bajo el que se engloban las asignaturas de Historia, Economía, Sociología, Ciencia Política, más Lengua. Estas materias cuentan con una fuerte tradición en los programas de Periodismo en nuestro país, a pesar de

que en el nuevo curriculum han perdido carga lectiva. Al realizar la comparación con los anteriores planes de estudio se observa que ya no existe —sobre todo en el primer ciclo— la preeminencia de las materias de cultura general frente a la enseñanza de las técnicas periodísticas. Este es uno de los principales cambios introducidos por los nuevos programas, puesto que rompe con la idea de que la enseñanza del Periodismo requiere esencialmente una base de conocimientos sobre el contexto social, político y económico. En lo que respecta a las asignaturas que podían ser incluidas libremente por los centros, cada Facultad ha resuelto esta situación bien considerando que este tipo de asignaturas de carácter humanístico debían ser obligatorias (Complutense de Madrid, Universidad de Navarra, Universidad de Santiago de Compostela) o bien ofertándolas como optativas (Autónoma de Barcelona, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, Universidad del País Vasco). De una u otra forma la carga lectiva de estas materias se ha reducido considerablemente.

- Las materias específicas, dentro de las cuales podemos establecer también dos bloques que estarían compuestos por Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información, el primero, y el segundo dividido en Comunicación e Información Audiovisual, Comunicación e Información Escrita, Documentación y Publicidad y Relaciones Públicas. Las dos teorías —de la Comunicación y de la Información— se ocupan del estudio de los procesos comunicativos y su evolución histórica, mientras que las restantes materias tratarían de dar una visión introductoria de cada una de aquellas parcelas concretas de la comunicación de masas. Éstas últimas son las únicas en las que los créditos teóricos igualan a los prácticos, puesto que tanto en las no específicas como en Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información la teoría y práctica están en una relación de 80:20 aproximadamente. En el primer ciclo, según las directrices generales para la reforma de los planes de estudio del Ministerio de Educación y Ciencia (Real Decreto de 27 de noviembre de 1987, BOE de 14 de diciembre de 1987), se impartiría una cierta preparación para el ejercicio profesional. En el caso de los estudios de Periodismo esta preparación para el ejercicio de la profesión estaría incluida en asignaturas como: Tecnología de la Información (en sus distintas especialidades de prensa, radio y televisión), Redacción periodística, Documentación informativa, Géneros periodísticos, Edición y producción, Diseño o Fotoperiodismo. En el segundo ciclo (mínimo de 120 créditos) —entendido como especialización y preparación profesional— nos encontramos con cinco bloques de materias troncales: Derecho de la Información, Periodismo especializado, Producción periodística, Tecnología de la Información y Teoría e Historia del Periodismo. En cuanto Derecho de la Información e Historia del Periodismo encontramos pocas variaciones respecto a los antiguos planes de estudio, salvo la entrada de algunas materias más concretas: Historia del Periodismo español, comparado, iberoamericano, de la propaganda, etc. Cabe destacar que se han introducido nuevas asignaturas dirigidas sobre todo a lograr una mayor especialización en áreas temáticas: periodismo económico, político, cultural, deportivo, internacional, etc., y en tipos de medios.

- B. Aprendizaje de las rutinas profesionales. Como ya hemos indicado, uno de los ejes de los planes de estudio son las materias específicas y la preeminencia que en muchas de ellas tienen los créditos prácticos sobre los teóricos. En ellas habremos de fijarnos ahora al tratar sobre el aprendizaje de las técnicas del trabajo periodístico. La inclusión de las clases prácticas no se ha acompañado, sin embargo, de una interpretación de qué se entiende por "práctica", puesto que evidentemente no puede aplicarse este concepto por igual a todas las materias, ni siquiera en las específicas. Tampoco se da ninguna orientación de cómo deberán organizarse esas prácticas y sobre todo dónde tendrían lugar y qué profesorado las impartiría. En las directrices del Ministerio de Educación y Ciencia no se aclara casi nada sobre este asunto, y solamente se permite la posibilidad de convalidar cierto número de créditos de las asignaturas optativas a través de la realización de periodos de prácticas laborales tuteladas en empresas. A este sistema se han acogido casi todas las facultades, variando solamente el número de créditos otorgados.
- C. Por primera vez los métodos de investigación aplicados de la comunicación de masas se incluyen en los planes de estudio. No obstante, las directrices generales del Ministerio de Educación y Ciencia contienen una escasa carga lectiva en materias troncales relacionadas con ella. Sólo se hace referencia a este aspecto en lo relativo a las clásicas Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información, con 10 créditos totales en el primer ciclo.

En resumen, podemos afirmar que la reforma de los planes de estudio de Periodismo se ha llevado a cabo bajo dos tipos de condicionantes. Por un lado, los problemas heredados de la etapa anterior: masificación, falta de recursos materiales y humanos y, sobre todo, el desarrollo de métodos didácticos poco adecuados a la formación de periodistas. Por otro lado, las facultades tendrán que dar respuesta a cuestiones planteadas desde distintos ámbitos. En primer lugar, los programas deberán ser flexibles para poder ajustarse a los cambios extremadamente rápidos que se están produciendo en el sistema de los medios y en general en las sociedades actuales. En segundo lugar, sería muy conveniente que se desarrollase un sistema que asegure el control de los criterios de calidad docente —semejante al Accrediting Council on Education and Mass Communication que desde hace décadas existe en los Estados Unidos—, respetando la libertad de las facultades para elaborar sus propios currículos, aportando mayor claridad a la praxis profesional respecto a los modos de trabajo de los periodistas y su repercusión en la vida pública, y ofreciendo cursos de perfeccionamiento. Por último, las facultades pueden convertirse en importantes interlocutores de los gobiernos estatal y autonómicos a la hora de diseñar políticas comunicativas.

Las empresas periodísticas no han mostrado excesivo interés por la reforma de los planes de estudio. Tenemos pocos datos sobre cuál es la política de los medios respecto a la formación de sus periodistas. Si nos atenemos al informe publicado en 1993 se puede comprobar la escasa preocupación que este asunto despierta aún entre los empresarios de la comunicación: sólo destinan el 1% del presupuesto para

planes de formación del personal y no son precisamente los redactores los principales destinatarios. A ello se añade que se le concede escasa importancia al expediente académico y la institución en la que el periodista haya realizado sus estudios (VV. AA., 1993). En la siguiente tabla se muestran las cualidades más y menos valoradas por las empresas:

Tabla 1
Cualidades de los periodistas más y menos valoradas por las empresas periodísticas.

Cualidades más valoradas	%	Cualidades menos valoradas	%
Capacidad y hábito de trabajo	97,2	Institución donde haya estudiado	66,6
Cualidades humanas	97,2	Expediente académico	54,1
Formación humanística	91,7	Conocimientos de informática	53,5
Capacidad de expresión	90,2	Idiomas	23,6
Identificación con el medio	88,9	Especialización temática	20,8
Sentido crítico	87,5	Cociente de inteligencia	15,7

Fuente: VV. AA. (1993). *El mercado de la información en España (1993-1997)*. Madrid: Servicio de publicaciones de Telefónica.

Los resultados ponen de manifiesto que las empresas prefieren redactores polivalentes y generalistas antes que periodistas especializados. Siguen valorando más las cualidades o actitudes innatas, que no pueden ser transmitidas por las instituciones educativas. Por lo tanto, se puede concluir que persiste la teoría del talento natural y la vocación para el ejercicio del periodismo. En este sentido destaca el hecho de que más del 90% consideren bastante importante estas cuatro características: la capacidad y el hábito de trabajo, las cualidades humanas, la formación humanística y la capacidad de expresión.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados que presentamos a continuación están basados en una encuesta realizada a una muestra de 190 estudiantes de Periodismo de las facultades de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y Pontificia de Salamanca realizada durante los meses de marzo y abril de 1999*. Debemos señalar que la selección de los sujetos encuestados no responde a criterios de representatividad, pues nos proponíamos hacer un estudio exploratorio que sirviera de proyecto piloto para trabajos posteriores. La dimensión principal que utilizamos para elegir a los alumnos encuestados fue que se encontraran matriculados en los cursos segundo y cuarto de la Licenciatura. En función del sexo, el 67,9% son mujeres y el 32,1% hombres. El porcentaje medio de respuesta para cada una de las variables se sitúa en el 86,9%; en cada una de las tablas que se presentan aparece la base sobre la cual se han calculado las frecuencias y demás medidas de tendencia central.

Comentaremos algunas de las características sociodemográficas de la muestra. Spli-chal y Sparks (1994) consideran el origen social de quienes trabajarán en los medios de comunicación como uno de los factores explicativos de su elección profesional. En nuestro caso, nos centraremos en tres tipos de indicadores: la procedencia geográfica, la ocupación y estudios de los padres y la existencia de periodistas en el entorno familiar.

Los encuestados proceden de ámbitos urbanos, ya sea en una gran ciudad (34,9%), en una ciudad de tamaño medio (30,7%) o en una capital de provincia (19,6%), mientras que la presencia del campo no alcanza el 15%. Han estudiado el bachillerato fundamentalmente en centros públicos. La ocupación principal de los padres se encuentra en el sector de los servicios (administrativos, comerciantes) y la de la madre sigue siendo las tareas del hogar. En cuanto al nivel de estudios de los progenitores hay que señalar que menos de una cuarta parte (el 8% en el caso de las madres) posee un título superior. Conviene señalar, por último, que sólo una minoría de los estudiantes entrevistados está emparentado con periodistas (9,1%).

Para contextualizar un poco mejor el background social de los futuros periodistas pedimos a los estudiantes que indicasen qué acontecimiento político y social les parecía el más relevante de los últimos años. Nuestra intención era conocer qué tipo de eventos han podido quedar grabados con más fuerza en la memoria histórica de quienes habrán de interpretar la actualidad, pero también intervenir en la construcción de la memoria colectiva (Edy, 1999). Por otro lado, sabemos que la selección y el tratamiento de determinados hechos ("key-events") influyen en la cobertura posterior de asuntos semejantes (Kepplinger, H. M. y Habermeier, 1995) y pretendíamos comprobar si los acontecimientos citados podían caer en esta categoría. Hemos de decir que el índice de respuesta en estas dos preguntas ha sido el más bajo de toda la encuesta; en la tabla 2 sólo recogemos los hechos más citados puesto que la lista total se amplía hasta 25 y 33 respectivamente.

Tabla 2.
Acontecimiento político y social más relevante

Acontecimiento político	%	Acontecimiento social	%
Tregua de ETA	22,5	Asesinato de Miguel Ángel Blanco	30,5
Cambio de gobierno en España 1995	20,1	Manifestaciones contra ETA	19,5
Caída del muro de Berlín	14,2	Solidaridad tras el huracán Mitch	6,5
Construcción de la Unión Europea	11,8	El ascenso social de la mujer	4,5
La Transición	4,1	La muerte de Lady Di	3,9
Detención de Pinochet	3,6	El aborto	2,6
Guerra del Golfo	3,6	Crecimiento de las ONG's	1,9
Affaire Clinton-Monica Lewinsky	3	Denuncias de maltratos	1,9
Primarias del PSOE	2,4	Affaire Clinton-Monica Lewinsky	1,9
Caso GAL	2,4	Muerte de Hussein de Jordania	1,9
Bombardeos de la OTAN en Yugoslavia	1,8	Bodas de las infantas	1,9
Paz en el Ulster	1,8	Juicio a Pinochet	1,3
(N)	(169)	(N)	(154)

El cuestionario se estructura en tres partes. La primera recoge información sobre el contexto familiar y personal de los estudiantes que hemos comentado en los párrafos anteriores, como el nivel de estudios y ocupación actual de los padres, conexiones de la familia con el ambiente periodístico, transcurso de la infancia y centro en el que han cursado la enseñanza secundaria. Se incluyen también dos preguntas sobre los acontecimientos sociales y políticos. Un segundo bloque de cuestiones está relacionado con las razones que han determinado la decisión de estudiar Periodismo y consecuentemente la elección de éste como profesión; entre las motivaciones se distinguen básicamente dos tipos de indicadores: los referidos a características personales del individuo (la vocación podría ser un buen ejemplo) y aquellos externos al sujeto, como el prestigio de la actividad. También hemos interrogado a los estudiantes sobre su futuro inmediato al terminar la carrera, en concreto a través de qué cauce creen que conseguirán trabajar como periodistas y si no es así qué otra actividad les gustaría desarrollar.

El último grupo de preguntas se centra en la imagen que del periodismo y de los periodistas tienen los estudiantes. Más específicamente, analizamos cuatro aspectos: (a) las cualidades que definen a un buen periodista y la adecuación de los estudios de periodismo para el desempeño de la profesión, (b) las funciones y la valoración de los distintos medios de comunicación y la importancia de cada una de sus secciones, (c) el prestigio de la profesión y (d) el papel de los periodistas como líderes de opinión.

MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS

En este apartado pretendemos trazar una visión lo más ajustada posible de las razones por las que cada vez más jóvenes quieren dedicarse al periodismo, de cómo valoran los estudios que están realizando y de cómo esperan iniciar su carrera profesional tras recibir el título de licenciado. Comenzamos preguntando a los estudiantes por qué eligieron estudiar periodismo, es decir, intentamos descubrir qué procesos intervienen en la elección profesional (Elliott, 1974). No podemos olvidar que esta decisión se toma con una limitada información sobre la realidad de la ocupación seleccionada, por lo que los datos que ofrecemos a continuación deben ser interpretados otorgándole una especial importancia a la representación social que se ha construido en torno al periodismo y los periodistas. Es esta imagen, hasta cierto punto estereotipada sobre el prestigio, el estilo de vida aventurero, de defensores de la ciudadanía frente a los abusos del poder, la que determina la selección. En total encontramos 16 razones (tabla 3) agrupadas en tres categorías que nos permitan realizar una mejor interpretación de los datos:

1. En primer lugar, nos encontramos con indicadores relacionados con factores personales de signo positivo o negativo que guiarán la elección final. Nos referimos a los ítems 1, 8, 12 y 14. Lo más significativo de este grupo es el papel destacado que tienen los factores positivos, como el gusto por la escritura o la vocación, sobre los negativos, por ejemplo la imposibilidad de cursar otros estudios. Las

tendencias literarias siguen dominando como cualidad más importante para dedicarse al periodismo a pesar de haberse ampliado enormemente el abanico de medios (radio y televisión) y de actividades relacionadas con él, como los gabinetes de prensa.

2. El segundo grupo de respuestas está asociado con las características de la actividad periodística y los beneficios individuales que se derivan de su desarrollo (ítems 2, 4, 5, 6 y 16) e identifica los elementos positivos de la profesión que atraen la atención de los jóvenes. El factor que se menciona en mayor medida es el estilo de vida de los periodistas; la influencia y el prestigio le siguen en las preferencias de los estudiantes. Destaca también que la remuneración, que aparecía en el cuestionario entre las posibles respuestas, no haya sido elegida por ninguno de los encuestados.
3. El último grupo de indicadores (3, 9, 10 y 13) tiene que ver con las consecuencias o efectos de la actividad periodística. Es curioso que la posibilidad de poder influir en los cambios sociales constituya un motivo más fuerte que informar a la gente de lo que sucede por lo que supone una posible erosión de la objetividad como ideal. Cuando hablemos de las funciones de los medios de comunicación y del papel de los periodistas en la esfera pública se entenderá mejor este dato. El bajo porcentaje de estos cuatro ítems pone de manifiesto también que entre los estudiantes no existe una ideología profesional clara que guíe la actividad diaria.

En conclusión, la decisión de los jóvenes que quieren estudiar periodismo sería una combinación de las tres dimensiones comentadas que no obstante influyen de diferente forma y con distinta intensidad. Estaría basada principalmente en el convencimiento de que uno mismo está capacitado para ejercer esta actividad, es decir, tiene talento. Así, los ítems que hemos agrupado en el primer bloque suman más del cuarenta por ciento de los casos. En segundo lugar (33,8%) se situarían las variables que se relacionan con las recompensas que se derivan del ejercicio del periodismo, aunque estos "incentivos" sean más de carácter simbólico (una vida interesante o el prestigio) que material (el salario). La capacidad de intervenir en el desarrollo de la vida social no parece ser un polo de atracción de primera magnitud, aunque los estudiantes sí reconocen que sus colegas de profesión ejercen funciones de liderazgo social (tabla 3). Podemos afirmar sin temor a equivocarnos que la creciente demanda para cursar la licenciatura se explica por la primacía de los elementos positivos en la elección de los futuros periodistas en un doble sentido: las cualidades personales adecuadas para ejercer el periodismo y los beneficios que se derivan de él.

Dado que la mayoría de los periodistas en nuestro país posee la licenciatura en Ciencias de la Información como hemos visto más arriba, en el cuestionario incluimos dos preguntas para recoger la opinión de los jóvenes sobre estos estudios. Directamente se les pedía que se decantaran por el tipo de formación que mejor se adecúa al ejercicio profesional. La imagen de las facultades no sale demasiado bien parada, puesto que si bien es la opción marcada con mayor frecuencia (39,2%), las escuelas pro-

Tabla 3
Razones para estudiar periodismo (%)

1. El gusto por la escritura	37,6
2. El estilo de vida de los periodistas	16,9
3. Poder influir en los cambios sociales	15,3
4. La autonomía personal	5,8
5. La influencia	4,2
6. El prestigio de la profesión	3,2
7. Es una profesión interesante	3,2
8. Por vocación	3,2
9. Para informar a la gente de lo que sucede	2,6
10. Me gusta investigar sobre la realidad	2,1
11. Me gusta el cine y la televisión	1,6
12. No puede elegir otra carrera	1,6
13. Para servir a la sociedad	1,1
14. La tradición familiar	0,5
15. Me gusta la radio	0,5
16. Permite conocer gente	0,5
(N)	(189)

fesionales –vinculadas a las universidades o a las empresas– acumulan casi la mitad de los casos. No son desconocidas las críticas que desde sectores importantes del periodismo se han venido vertiendo sobre los estudios universitarios, lo que puede haber influido sobre la imagen que los alumnos –que por otro lado no han podido experimentar directamente, en la mayoría de los casos, esa falta de adecuación– tienen de su propio capital formativo. Por último, habría que señalar la opinión extendida de que algún tipo de preparación es útil antes de comenzar a trabajar; sólo el 4,8% cree que no son necesarios ninguna clase de estudios, lo cual marca una clara tendencia hacia la profesionalización.

Además pretendíamos averiguar la valoración de la formación académica en relación con la especialización. Este término es empleado habitualmente en el periodismo, sobre todo cuando se habla de determinadas secciones como la económica, los suplementos de ciencia y tecnología, etc. De las respuestas no sólo obtenemos información sobre cuál es la mejor forma de adquirirla, sino que también podemos inferir qué se entiende por especialización en el ámbito de la información. Para los estudiantes existen dos vías claras para conseguir este objetivo, bien con la experiencia profesional (46,2%) o bien a través de las prácticas (29%); frente a ellas se sitúa los estudios universitarios: una licenciatura distinta a periodismo (21,5%) o Ciencias de la Información (2,7%). Tras estas repuestas se esconde el convencimiento de que la especialización periodística consiste más en la interiorización de ciertas rutinas que en el conocimiento experto. Los encuestados reproducen una de las características

que alejan al periodismo de las profesiones clásicas: la consolidación de un saber sistemático y especializado transmitido por una institución académica.

Una vez que conocemos porque los estudiantes de periodismo han elegido esta carrera, debemos completar nuestro análisis fijándonos en sus expectativas respecto al inicio de la vida profesional. Comenzaremos por el modo en el que creen que accederán a una redacción (tabla 4). Las prácticas constituyen la vía más probable para conseguir un trabajo. Sin embargo, no deja de sorprender que la suerte tenga tanto peso, pero sin duda es reflejo del vacío de criterios de acceso a la profesión claramente establecidos. Las creencias de los alumnos coinciden con la situación real: la principal vía de acceso al periodismo son las prácticas y/o alguna prueba de selección, aunque no se puede pasar por alto la importancia que tienen las relaciones personales para entrar en una redacción (García Cortázar, García de León, Ortega, Callejo y del Val, 1999).

Tabla 4
Vías de acceso al periodismo (%)

Las prácticas	47,3
La suerte	21,8
Una prueba de acceso	19,1
Los amigos de la familia	6,4
Colaboraciones	4,8
Los amigos personales	0,5
(N)	(188)

A continuación colocamos a los encuestados ante la situación negativa de no dedicarse al periodismo al terminar la carrera, para que especificasen qué les gustaría hacer en ese caso. Las actividades relacionadas con el sistema educativo se convierten en una salida con bastante aceptación entre los encuestados. Estudiar otra carrera se prefiere sobre el resto de las posibilidades, y en la mayoría de los casos la segunda licenciatura sería Comunicación Audiovisual, quizá considerada como un buen complemento de formación para encontrar trabajo en un medio. La clara tendencia de los encuestados por el mundo de la comunicación se refleja también en el 17% de quienes estarían dispuestos a dedicarse a las Relaciones Públicas. Otro hecho destacado es el escaso interés por ocupaciones que presentan un estilo de vida menos atractivo que las anteriores, como la administración estatal.

CUALIDADES PROFESIONALES E IMÁGENES DEL PERIODISMO

Durante el periodo en el que los estudiantes se encuentran cursando los estudios de Periodismo no sólo se apropian a través de la institución académica de conociemien-

tos teórico-prácticos que puedan aplicar en el futuro. Además construyen su identidad como profesionales mediante canales informales: los propios compañeros de estudio son una fuente de creación de imágenes (Elliott, 1974). Pero sobre todo es el contacto con la actividad de los periodistas lo que constituye un factor determinante. Esta experiencia se adquiere directamente en el trabajo en una redacción, por ósmosis como señala Breed (1955). Pero también existe la posibilidad de construir la identidad ocupacional de manera indirecta a través de la percepción tanto de lo que hacen los periodistas como de sus productos. El resultado es la creación de unos ideales estereotipados muy semejantes a los del resto de la población (Elliott, 1974). Nosotros hemos tenido en cuenta cómo describen los estudiantes el periodismo como profesión y sus funciones, así como a aquéllos que lo ejercen y que se convierten en modelo a imitar. Ello nos será útil para completar la explicación sobre las razones de la elección profesional. Comenzaremos por averiguar qué cualidades encarna el buen periodista, tomando la definición más aceptada según la cual es aquella persona que trabaja en un medio de comunicación en tareas relacionadas con la recogida, tratamiento y difusión de información.

El retrato del tipo ideal de periodista que dibujan las respuestas contenidas en la tabla 5 es el de un individuo con gran capacidad para las relaciones sociales, sobre todo para obtener y mantener buenas fuentes informativas. Éstas parecen ser la herramienta más importante con la que cuenta un periodista para triunfar en su trabajo. Recordemos que la mayoría de las grandes "historias" publicadas tanto en España como fuera de nuestras fronteras se basan en declaraciones (o revelaciones) de informantes que acuden a los redactores con una exclusiva. El contar con fieles confidentes se ha convertido en uno de los estereotipos fundamentales de la imagen del periodista de raza, sobre todo cuando logra firmar una serie de reportajes que contengan los tan valorados escándalos políticos o económicos. Pero no es menos destacable otro fenómeno ligado a las fuentes y es el de que la información obtenida por este medio suple en muchos casos el conocimiento (especializado podríamos decir) que el periodista debería tener de los asuntos sobre los que escribe. Junto a estas cualidades, que se aprenderían con el oficio, nos encontramos con rasgos de carácter como la audacia, mencionada en segundo lugar, y la inteligencia. Las características que se relacionan con el trabajo dentro del medio (disponibilidad horaria, trabajo en equipo y capacidad organizativa) ocupan un lugar secundario, lo cual no deja de extrañar cuando es bien sabido que cualquier producto massmediático es el resultado de una colectividad. El género no es un factor discriminante a la hora de valorar las aptitudes de hombres y mujeres para ejercer el periodismo, sobre todo si tenemos en cuenta la creciente feminización de las facultades de Ciencias de la Información y de la propia profesión.

Qué periodistas representan las virtudes y los vicios de la profesión —aquéllos a quienes habría que imitar y a aquéllos cuyos comportamientos, por el contrario, habría que criticar— fue la cuestión que se presentó a los estudiantes en segundo lugar. El periodista que encarna las mejores cualidades trabaja en medios audiovisuales (radio o televisión), conduce un programa de gran audiencia (informativo o magazine) en el que no prima, en líneas generales, el tratamiento sensacionalista de la

Tabla 5.
Factores que influyen bastante o mucho para ser buen periodista

	%	Media*	Des.tip.
Facilidad para las relaciones sociales	94,7	1,42	,63
Disponer de buenas fuentes	94,7	1,51	,64
Los conocimientos	94,2	1,59	,65
La audacia	94,2	1,62	,62
La inteligencia	93,2	1,69	,60
La rapidez	90	1,72	,67
La disponibilidad horaria	83,2	1,79	,85
Saber trabajar en equipo	80,5	1,83	,76
La capacidad organizativa	80	1,92	,72
La brillantez	75,7	1,95	,82
La simpatía	64,6	2,27	,73
La buena presencia	52,9	2,48	,82
Ser hombre	13,7	3,52	,85
Ser mujer	7,9	3,61	,72
(N)	(190)	(190)	(190)

* La escala utilizada contenía 4 puntos de valoración: 1 mucho, 2 bastante, 3 poco y 4 nada.

actualidad. Iñaki Gabilondo es el personaje más citado con un 27,7%, y le siguen Matías Prats, Lorenzo Milá, Julia Otero y Xavier Sardá. Es curioso que no aparezcan los directores de diarios o revistas ni los columnistas de mayor prestigio, a pesar de que como veremos a continuación la prensa sea un medio con más crédito que la radio y la televisión. Los aspectos más negativos están personificados en general en quienes se dedican a la prensa del corazón.

Hasta este momento hemos considerado la dimensión individual en la valoración de las cualidades de la profesión. A partir de ahora nos ocuparemos de las opiniones de los estudiantes sobre los medios como organización, es decir, qué piensan sobre el lugar en el que van a desarrollar su trabajo. Comenzaremos con las creencias sobre los diferentes tipos de medios. La prensa sigue ocupando el primer lugar cuando se pregunta por el crédito de cada uno de ellos, lo que expresa la vigencia de la asociación de las tareas periodísticas con los medios escritos. Le siguen la radio, a la que sólo un tercio de los estudiantes sitúa por encima de los otros dos, y la televisión. Respecto a las secciones (tabla 6), encontramos que se le concede mayor importancia a política (que comprendería nacional e internacional) y a opinión. Los futuros periodistas coinciden ya en los inicios de su carrera con el tipo de contenidos que predomina en la información de actualidad y nos están poniendo sobre aviso de la influencia que tiene la selección temática y la agenda mediática en el proceso de socialización profesional.

Tabla 6.
Importancia concedida a las secciones (%)

Secciones	Grado de importancia		
	Primera	Segunda	Tercera
Política	64	16,9	5
Economía	3,9	14,6	8,9
Editoriales	11,2	14,6	9,5
Opinión	5,6	14	19,6
Cultura	3,9	11,2	14,5
Sociedad	5,1	12,9	13,4
Ciencia	0,6	1,7	2,2
Arte	1,1	1,1	3,4
Deportes	3,9	11,8	17,9
Publicidad	0	1,1	5
Otras	0,6	0	0,6
(N)	(178)	(178)	(179)

Una de las cuestiones que no deben pasarse por alto al investigar sobre las expectativas profesionales de los futuros periodistas es para qué sirven los medios de comunicación, es decir, qué funciones cumplen, sobre todo si asumimos su posición central en el sistema social. En este caso, pedíamos a los estudiantes que ordenaran según su importancia las siguientes cuatro tareas: informar, entretener, influir e instruir. Los medios son fundamentalmente un canal de entretenimiento, con gran capacidad de influir y donde la información queda supeditada a las funciones anteriores. A la misión educativa se le concede un lugar muy poco destacado, dado que el 70% la sitúan en la última posición.

Por último, consideraremos algunos aspectos relativos a la posición de los periodistas y de los medios en la vida social. En la pregunta del cuestionario referente a las razones que habían inspirado la decisión de estudiar periodismo, la primera de las posibilidades que aparecía era el prestigio de la profesión. Como hemos visto ya en la tabla 3 sólo el 3,2% de los alumnos se decantaban por ella. Ello resulta al menos curioso si tomamos en cuenta dos elementos, uno externo a la profesión y el otro interno. El primero tiene que ver con la imagen que la ciudadanía refleja en las encuestas sobre los periodistas y su posición en la vida pública respecto a otros grupos e instituciones. La profesión periodística ha ido progresivamente ganando prestigio en la sociedad española desde la década de los años setenta. La liberación de los controles de la dictadura permitió que los periodistas se hayan constituido en un grupo de creciente status. La imagen de ellos que tiene la ciudadanía ha quedado reflejada en sucesivas encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Un dato significativo es que la clase periodística ocupa el primer lugar en la comparación con otros grupos e instituciones coincidiendo con el momento en el que se publican los escándalos político-económicos que más interés han despertado, y que salieron a la luz a través de los

medios de comunicación: los GAL y Juan Guerra en 1989, Ibercorp, Filesa en 1991, etc. Es fácil comprobar que este prestigio se fundamenta en el papel político y de dirección intelectual que ha asumido. La percepción de la función de los medios en el proceso de democratización parece confirmarse si tomamos en cuenta los datos del estudio del CIS sobre "Transición y democracia" (CIS, 1995). En este informe, los españoles sitúan a la prensa en el quinto lugar entre los grupos que intervinieron de manera más significativa en la transición al régimen democrático. En la pregunta se pedía a los encuestados que valorasen en una escala de 0 (no contribuyeron nada) a 10 (contribuyeron muchísimo) a las figuras, sectores y grupos sociales que participaron en la transición. La prensa obtuvo una media de 7,1 por detrás del Rey, los ciudadanos y los políticos, y por delante del movimiento obrero y los intelectuales. Sin duda, en la memoria colectiva han quedado fijados acontecimientos como la "noche de los transistores" el 23 de febrero de 1981. Amando de Miguel ha señalado que la desconfianza en las instituciones políticas es parte del proceso de "alienación política", que se traduce en que "se desconfía sobre todo de las personas que son elegidas, no tanto de las que son nombradas o llegan a los puestos de poder por influencia o por el ejercicio profesional", y éste sería el caso de los periodistas (de Miguel, 1996).

Tabla 7
¿Quiénes crean a los líderes sociales? (%)

Los medios de comunicación	73,2
La publicidad	17,4
Las multinacionales	4,7
Los partidos políticos	2,1
Los recursos del propio líder	1,1
El deporte	0,5
Los libros	0
El cine	0
(N)	(188)

Tabla 8.
Representantes de la opinión pública (%)

Los medios de comunicación	51,1
Los sondeos de opinión	30,6
Los que escriben en los periódicos	6,7
Nadie	6,1
La clase política	1,7
Las ONG's	1,7
Los sindicatos	1,1
Los funcionarios	0,6
El sistema educativo	0,6
La Iglesia	0
(N)	(180)

Sin duda la estima social hacia los profesionales de la comunicación ha debido ejercer alguna influencia en los jóvenes que han accedido a las facultades de Ciencias de la Información. Por ello resulta más paradójico el hecho de que los propios estudiantes sitúen a sus futuros colegas en un lugar privilegiado dentro de la esfera pública, mientras que al mismo tiempo ello no sea un criterio poderoso en su elección profesional. Aquí intentamos avanzar una posible explicación añadiendo una comparación del periodismo no sólo con los grupos señalados en el párrafo anterior, sino también con otras profesiones que no tienen una relación tan estrecha con lo público. Así, observamos que en comparación con economistas, médicos, jueces o ingenieros el prestigio de los periodistas está muy por debajo, y que es equivalente al de los sociólogos y los profesores universitarios. Estos resultados expresan el bajo nivel de profesionalización percibido por los estudiantes sobre su ocupación futura respecto a actividades que han completado tal proceso.

Dónde reside, por lo tanto, el poder social de los periodistas. Las tablas 7 y 8 nos ofrecen la respuesta. Los medios de comunicación se distinguen por haber adquirido funciones que en otros tiempos eran propias de las instituciones políticas o de los intelectuales (Ortega, 1997), de ahí que la función de influir quede en segundo lugar como hemos visto anteriormente. Los estudiantes han sumido plenamente el papel de los medios: los periodistas son líderes de opinión para el 70%, pero además son quienes crean a los otros líderes sociales y políticos y les mantienen como tales. Éstos parecen depender totalmente del sistema mediático para sobrevivir, no pueden prescindir de él, porque junto a la capacidad de liderazgo, los periodistas también son los mejores representantes de la opinión pública para más de la mitad de los encuestados.

REFERENCIAS

- BREED, W. (1955). Social control in the newsrooms. *Social Forces*, 33, 326-335.
- CIS (1995). Transición y democracia. *Boletín de Datos de Opinión*, 3.
- DE MIGUEL, A. (1997). *La sociedad española, 1995-1996*. Madrid: Universidad Complutense.
- DONSBACH, W. (1978). *Die Bedeutung der Publizistikwissenschaft für eine professionelle Journalisten Ausbildung*. Mainz: Magisterarbeit no publicado, Universidad de Mainz.
- EDY, J (1999). Journalistic uses of collective memory. *Journal of Communication*, 49, 71-85.
- ELLIOTT, P. (1974). *Sociología de las profesiones*. Madrid: Taurus.
- FRENCH, D. y RICHARDS, M. (1994). Theory and Practice in Media Education. En D. FRENCH y M. RICHARDS (ed.). *Media Educations across Europe* (pp. 179-193). London: Routledge.
- GARCÍA CORTÁZAR, M.; GARCÍA DE LEÓN, A.; ORTEGA, F.; CALLEJO, J., y DEL VAL, C. (1999). *La galaxia mediática*. Madrid: informe de investigación inédito.
- HUMANES, M. L. (1997). *La formación de periodistas en España*. Madrid: Tesis Doctoral no publicada, Universidad Complutense de Madrid.

KEPPLINGER, H.M. (1992). *Ereignismangement. Wirklichkeit und Massenmedien*. Zurich: Edition Interfrom.

KEPPLINGER, H. M., y HABERMEIER, J. (1995). The impact of key events on the presentation of reality. *European Journal of Communication*, 10, 371-390.

LANGENBÜCHER, W. (1978). Folgen wissenschaftlicher Ausbildung für das journalistischen Berufsbild und Selbstverständnis. En W. Hoernberg (ed.). *Journalistenausbildung: Modelle, Erfahrung, Analysen* (pp. 81-88). München.

ORTEGA, F. (1997). Del auge del periodismo. *Claves*, 72, 53-58.

SPLICHAL, S., y SPARKS, C. (1994). *Journalis for the 21st century*. New Jersey: Ablex.

VV. AA. (1993). *El mercado de la información en España (1993-1997)*. Madrid: Servicio de publicaciones de Telefónica.

WESTERBARKEY, J. (1978). Publizistische Fachdidaktik und Curriculumreform. En W. Hoernberg (ed.). *Journalistenausbildung: Modelle, Erfahrung, Analysen* (pp. 122-146). München.

NOTAS

* Agradecemos a los profesores Pedro Sorela, de la Universidad Complutense, y Consuelo Sánchez, de la Universidad Pontificia de Salamanca, por su colaboración al distribuir los cuestionarios a alumnos de sus asignaturas.
