

- María Lamuedra Graván
Madrid

Estudiantes de Periodismo y prácticas profesionales: el reto del aprendizaje

Media students, professional placements, University and the learning challenge

Cada vez más estudiantes de Periodismo realizan prácticas profesionales y más universidades incluyen estas primeras experiencias laborales como asignatura de su programa de estudios. De esta forma, la universidad reconoce que estas prácticas tienen un valor pedagógico y asume cierta responsabilidad en que así sea. Para llevar a cabo la difícil tarea aparejada a esa responsabilidad es necesario conocer cómo los estudiantes realizan prácticas profesionales en la actualidad, y reflexionar acerca de los aspectos que deben ser mejorados. Este trabajo trata de contribuir a este proceso de reflexión, cuya finalidad última es que las primeras experiencias laborales de los estudiantes de Periodismo sean formativas en un sentido integro: ayuden a asimilar habilidades, conocimientos y compromiso social.

More and more media students complete their studies with professional placements every year. At the same time, each year more universities include such experience as an integral part of their curricula. This is in recognition of the fact that a learning process takes place during placements. Therefore, universities offering such training placements have to accept some responsibility for their success. Universities need to be aware of what students do during these periods of training in order to face the challenge posed by this responsibility. By doing this, universities will know which things need to be improved. This paper aims to generate debate on the following topic: the first work experience of media students should be fully educational and should transfer knowledge, skills and social engagement.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Prácticas en empresa, universidad, formación, periodismo, estudiantes.
Professional placements, university, education, media studies, students.

Cada año en España 3.000 jóvenes se licencian en Periodismo y la mayoría¹ ha realizado prácticas laborales antes

de graduarse. Varios estudios² alertan de que muchas empresas abusan de estos contratos supuestamente formativos y crean un círculo vicioso en el que cada remesa de estudiantes ocupa un gran porcentaje de los puestos de los licenciados. De otro modo, no puede explicarse que los medios se multipliquen mientras el empleo en el sector se estanca o incluso retrocede³. A su vez, la precariedad que esta situación ge-

◆ María Lamuedra es profesora de Periodismo en la Universidad Carlos III de Madrid (mlamuedr@hum.uc3m.es).

nera dificulta la independencia periodística y pone trabas a la búsqueda de la verdad.

La integración de teoría y práctica se considera esencial para la formación universitaria, y las prácticas en empresas beneficiosas para el aprendizaje. Casi todas las universidades cuentan con un servicio que actúa como intermediario para la contratación de estudiantes en prácticas. Es más, algunas universidades, como las de Navarra, Elche, Vic, La Laguna, la Pompeu Fabra y la Carlos III de Madrid reconocen las prácticas en empresa como asignatura dentro de su plan de estudios para la Licenciatura de Periodismo.

A simple vista puede parecer una paradoja que el auge de las prácticas profesionales esté perjudicando el empleo y la calidad del periodismo, y además con la venia de la universidad. Este artículo argumenta que a día de hoy tal contradicción existe, pero al mismo tiempo sostiene que las asignaturas de «Prácticas en empresa» pueden contribuir a suavizarla o, al menos, a ofrecer recursos a los estudiantes para enfrentarse a ella. Estas asignaturas parten del reconocimiento de que tales experiencias laborales deben producir un aprendizaje y la institución universitaria asume cierta responsabilidad en que así ocurra. Esta materia puede articular un espacio híbrido que pone en relación el ejercicio profesional con el académico y ofrece una perspectiva privilegiada de las contradicciones y compatibilidades entre ambos campos. Además, favorece que la primera incursión en el mundo laboral sea de ida y vuelta, es decir, que pueda ser sometida a reflexión en un terreno académico que no se orienta al beneficio concreto, sino con miras más amplias y humanísticas.

Pero si la asignatura ha de contribuir a tal reto, hemos de comenzar por preguntarnos cómo desarrollan nuestros estudiantes tales prácticas y si realmente el aprendizaje que cosechan favorece su formación a largo plazo. Debemos incluso plantearnos si la asignatura consigue su función.

En las siguientes páginas indagaremos acerca de cómo los estudiantes de «Prácticas en empresa» hablan sobre sus prácticas, cómo han percibido el día a día de la profesión en su primera experiencia y qué discursos construyen sobre su aprendizaje. Estos testimonios permitirán que analicemos si las prácticas que han realizado son formativas en un sentido íntegro, es decir, si ayudan a incorporar habilidades, valorar la utilidad del conocimiento y desarrollar compromiso social.

Parto del convencimiento de que la Universidad ha de ser fiel al principio humanista de mejora y transformación social, con especial incidencia en el área de

conocimiento de cada programa de estudios. Quisiera dar lugar a un debate entre estudiantes, periodistas y docentes, especialmente aquellos responsables de las asignaturas de prácticas en distintas universidades. Analizaré en este artículo cómo los estudiantes se enfrentan a su primera experiencia profesional desde el entorno académico. Antes que nada, y con carácter orientativo es necesario explicar cómo se gestionan en una universidad las prácticas de los estudiantes y en qué consiste la asignatura «Prácticas en empresa».

1. La asignatura de «Prácticas en empresa»

Las asignaturas opcionales «Prácticas en empresa, I» y «Prácticas en Empresa, II» llevan tres años formando parte del plan de estudios de la Universidad Carlos III. La asignatura tiene un doble objetivo: en primer lugar, reconoce el esfuerzo y el aprendizaje que los estudiantes realizan durante sus prácticas y en segundo, favorece una reflexión individual y en grupo sobre sus primeras experiencias profesionales. De este modo, quiere contribuir al desarrollo del espíritu crítico necesario para valorar e incidir positivamente en rutinas laborales y actitudes ante la profesión.

Los estudiantes acceden a prácticas profesionales mediante sus propios recursos o gracias a la mediación del Servicio de Orientación y Prospectiva Profesional (SOPP) de la Universidad. Una vez realizadas tales prácticas, los estudiantes se someten a un proceso de evaluación cuyo fin es que éstos reflexionen sobre su experiencia laboral individualmente y en grupo. Han de redactar una memoria acerca del trabajo que han realizado, en la que describen su rutina, reflexionan sobre la relación entre el aprendizaje que construyen en la Universidad y el que adquieren durante las prácticas, valoran los métodos de trabajo de las empresas en las que han trabajado y proponen formas de mejora. Esta reflexión es posteriormente compartida de forma oral en grupos de entre 8 y 14 estudiantes. En estas sesiones, que duran entre una y dos horas, cada estudiante expone su experiencia y se abren hilos de debate sobre temas que surjan a partir de las exposiciones individuales.

La información que se analiza a continuación proviene de los testimonios orales de las sesiones de evaluación y de los escritos en las memorias de los cien estudiantes de las asignaturas de «Prácticas en empresa, I y II» de la licenciatura de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid, que participaron en este proceso en junio del año 2006. No se mencionan empresas concretas ni nombres de estudiantes para salvaguardar la confidencialidad de unos y otros, aunque puedo decir que la muestra del estudio, es decir los

cien estudiantes, habían trabajado en todo tipo de medios: agencias de prensa, cadenas de radio y televisión, prensa, medios digitales y revistas de todos los ámbitos, tanto nacionales como regionales, de carácter privado y público.

2. Los estudiantes hablan de sus prácticas

Al narrar su experiencia, la inmensa mayoría de los estudiantes contaban una pequeña historia de superación, lo que algunos autores han calificado como un relato de «triunfo ante la adversidad»⁴. Explicaban su perplejidad cuando casi nada más llegar al medio de comunicación, se les encargaba hacer un directo para radio o cubrir una rueda de prensa por sí solos. Contaban cómo, a pesar de los nervios, fueron capaces de afrontar el desafío; daban detalles de cómo les latía el corazón en ese primer momento, de cómo fueron capaces de informar de áreas que les resultaban extrañas y sobre las que les faltaba conocimiento; y eso les enorgullecía. En pocas semanas sentían que hacían el mismo trabajo que cualquier «otro». Lo denunciaban, aunque no sin cierta satisfacción: habían ocupado el puesto de trabajo de un redactor. Este hecho no es novedoso y se denuncia también en un reciente artículo de Udías (2006: 40) acerca del mercado de las prácticas. Esto sucedía, según los testimonios de los estudiantes, en casi todas las empresas de carácter privado y alguna vez, en empresas de titularidad pública, aunque con mucha menos frecuencia.

A continuación nos centraremos en las implicaciones que esto tiene para la formación de futuros periodistas, que iremos desgranando poco a poco con ayuda de los testimonios de los estudiantes.

2.1 Creatividad, «acción» y protagonismo frente a función social

Cuando evaluaban sus prácticas, el grado de satisfacción de los estudiantes dependía, en gran medida, del potencial creativo que hubieran podido desempeñar. Este aspecto es también muy valorado dentro de la profesión. Como sostiene el estudio del CIS, «Periodistas al descubierto» (Canel, 2000: 108), los periodistas satisfechos con la profesión se corresponden con los que trabajan en redacciones más descentralizadas y participativas que permiten «levantar información, no ir a remolque de los demás, generar temas

propios y ejercitar la creatividad». Otros muchos estudiantes se refirieron a la experiencia límite de ir a contra-reloj y a la responsabilidad de tener que responder ante una audiencia. Les gustaba sentir «ese subidón de adrenalina» y consideraban el periodismo como una profesión «de acción» en la que lo más importante era estar y actuar.

En este mismo sentido, Martínez Odriozola (2004), por ejemplo, cuenta que a algunos de los periodistas a los que entrevistó les atraía «estar en el ajo» (Josto Maffeo) o «ser testigo de la historia» (Alberto Masegosa). A su vez, Canel (2000: 42) recoge que Félix Santos escogió esta profesión porque es escasamente rutinaria y permite estar «en contacto permanente con la actualidad» y tener «el privilegio de ser (uno de) los primeros en enterarse de las noticias».

Los periodistas parecen tender a sentirse motivados por «la acción», «estar donde se producen hechos», contarlos y desarrollar creatividad. Podemos ar-

Un periodista poco honrado, poco celoso de la verdad y poco comprometido con la sociedad no puede ejercer bien la profesión si la entendemos como un servicio al ciudadano. Y desde luego, una universidad poco comprometida con la mejora humana de sus estudiantes y la transformación social de su entorno no cumple con su función humanista.

gumentar que se trata de una motivación de poder, es decir, del que confiere tener acceso a información de primera mano, poder transmitirla y, en ese ejercicio, desarrollar la creatividad.

La idea de que el poder debe aparejar responsabilidad no sólo es piedra de toque en los estudios de Periodismo, sino que está tan consolidada en la cultura popular de Occidente que motiva explícitamente las hazañas de superhéroes con tanto seguimiento como «Spiderman». Sin embargo, pocos estudiantes de Periodismo esclarecieron el fin para el que querían hacer uso de su poder o especificaron qué tipo de responsabilidad sentían que tenían ante la audiencia.

Se puede entender que cuando aún no se controlan los mecanismos básicos de un oficio, el acento esté en ser capaz de desempeñar el trabajo sin más. Es decir, es posible que los estudiantes se propongan mejorar con respecto a ciertos estándares una vez que ya no estén preocupados por si serán capaces de enfren-

tarse a un directo o tratar un asunto que desconocen sin hacer el ridículo.

Y a pesar de esta matización resulta algo preocupante que la función social del periodismo al servicio del ciudadano, en la que tanto se insiste en las aulas, estuviera ausente en casi todas las intervenciones de los estudiantes que participaron en sesiones de evaluación de las asignaturas.

El acento en la acción, en ser capaz de «responder en el momento» conjugado con la sensación de estar ocupando la plaza de redactor «de verdad», puede ofrecer a los estudiantes la idea de que «eso y no más» es ser periodista. En este contexto es especialmente preocupante la ausencia de apego al servicio al ciudadano.

Cuando trataban de responder qué les había satisfecho de sus prácticas, muy pocos indicaron que el trabajo les había permitido «estar cerca de los ciudada-

los políticos. Los periodistas deben lealtad, sobre todo, a los ciudadanos. Y mantener esta lealtad no es fácil, requiere una formación, una resistencia y unas habilidades que son fundamentales en el ejercicio de la profesión.

Estas cualidades no se desarrollan, desde luego, en dos semanas de prácticas profesionales, como continúa siendo evidente en el análisis de los siguientes testimonios de los estudiantes.

2.2. «Descafeinar teletipos»

Hay cierto consenso en el mundo académico y profesional en que la figura del periodista está mutando desde el rol de búsqueda activa de la noticia, hacia otro en que el reportero bucea entre una multitud de comunicados y convocatorias de prensa, los valora y selecciona la información más interesante para usarla como base de unas noticias, que serán completadas y contrastadas.

La tendencia en muchos medios, según los estudiantes de prácticas de la Universidad Carlos III, dibuja un panorama algo más desalentador. Su función como periodistas es «descafeinar notas de prensa o editar teletipos», es decir, editarlos mínimamente. Muchos estudiantes de prácticas dedicaron su periodo de aprendizaje a esta labor. Según sus testimonios podemos establecer cuatro tipos de rutinas periodísticas:

1) Un primer grupo de estudiantes sólo manejó teletipos de agencias de noticias y su función consistió fundamentalmente en «cortar y pegar». Esto se da sobre todo en medios digitales⁷ y también en algunas publicaciones especializadas. Algunos estudiantes se mostraron tan descontentos con esta rutina que resolvieron no volver a trabajar en este tipo de medios.

2) Un segundo grupo manejó teletipos de agencias con el objeto de enriquecerlos y contrastarlos mediante llamadas telefónicas. No obstante, la práctica resultaba frustrante al compararse con un trabajo de oficina. Esta forma de trabajar se daba en todo tipo de medios.

3) Un tercer grupo salió a la calle, pero fundamentalmente a actos programados como ruedas de prensa. Esto también sucedía en todo tipo de medios.

4) Un cuarto grupo, más minoritario, sí buscó temas propios con cierta asiduidad. Esta posibilidad se dio sobre todo en periódicos locales en verano, cuan-

La universidad debe vincular saber, con saber hacer y mejora personal, ha de integrar inteligencia y compromiso, conocimiento teórico y práctica profesional. Ante este reto de dimensiones monumentales, la asignatura «Prácticas en empresa» puede ser una herramienta útil dado que tiende un puente «reflexivo» entre práctica profesional y contenidos académicos.

nos» o sentirse útiles. Y curiosamente, ningún estudiante que no pudo acceder a desempeñar tal función social manifestó que la había echado de menos. La mayoría de los casos en que los estudiantes sentían que se habían sentido útiles para los ciudadanos se correspondían con prácticas en prensa escrita, local y en época estival (a continuación veremos por qué). Esta causa de satisfacción es también la que manifestaban ante Martínez Odriozola (2004) Juan Luis Cebrián o Mercedes Gallego.

El servicio al lector es central en el desempeño de la profesión. Los norteamericanos Kovach y Rosenstiel (2003: 18), miembros destacados del Committee of Concerned Journalists⁵, mantienen que la búsqueda de la verdad para que los ciudadanos sean libres y puedan gobernarse es la primera función del periodismo. Kovach y Rosenstiel se esfuerzan en recordar que a quienes los periodistas deben mayor lealtad no son a las empresas⁶, y mucho menos a los anunciantes o a

do la agenda política pierde densidad y deja un vacío que algunos periodistas añoran y del que otros se quejan.

Muchos estudiantes justificaban la existencia de noticias triviales, coloristas y repetitivas en los informativos del verano excusándose en la carencia de convocatorias de prensa. Esto significa que una cantidad importante de los periodistas del futuro relacionan «noticia» con noticia programada y proveniente de fuente oficial.

Sin embargo, otros estudiantes, los que manifestaban que habían podido «servir al ciudadano» contaban que habían aprovechado ese hueco de convocatorias para aplicar ideas surgidas en las aulas de la universidad e intentar hacer un periodismo ciudadano y útil. Este pequeño grupo de estudiantes, de acuerdo con la tendencia apuntada por el estudio entre periodistas de Canel, parecía ser el que estaba más satisfecho con la experiencia.

Estos datos, en general, coinciden con los de otros estudios que muestran que la rutina periodística está menos orientada a la «acción» de lo que cabía esperar. En el estudio del CIS de Canel, los periodistas manifiestan que las ruedas de prensa son la tercera fuente de sus noticias, por detrás del conocimiento personal del tema y de los expertos. Algunos puestos más abajo aparecen también los teletipos de agencias de prensa, las notas de prensa y las agencias de comunicación. Y sin embargo, los autores del estudio sospechan que el uso de ruedas de prensa y teletipos como fuente es muy superior al manifestado en entrevistas (Canel, 2000: 60-61).

El periodista Xavier Obach (1997: 95) ya reconocía en 1997 que trabajar con equipos pesados y de alto coste acarrea complicaciones logísticas que favorece que en televisión se cubran los actos convocados. En este mismo sentido, en *Warp Speed* (1999), Kovach y Rosenstiel explican cómo en la última década las fuentes (oficiales y de fuerzas económicas) «han ganado poder» a la hora de determinar los contenidos de los medios.

2.3. Vicios en las redacciones: falta de contraste, apatía y manipulación

La memoria de la asignatura requería a los estudiantes que reflexionasen acerca de posibles «vicios» instalados en las redacciones en las que desarrollaban sus prácticas. Según los becarios⁸ los principales «vicios» eran falta de contraste de noticias, apatía y, en algunos casos manipulación.

Ya sospechábamos que si la tarea principal de muchos estudiantes en prácticas es «cortar y pegar» tele-

tipos y notas de prensa no se está haciendo suficiente hincapié en el contraste. La mayoría de becarios señalaba esto como una denuncia y una decepción, pero muchos también lo justificaban por la necesaria «inmediatez de las informaciones».

Otro de los vicios señalados por los estudiantes fue la apatía que se había ubicado entre los periodistas con los que compartían redacción. Una estudiante que había hecho prácticas en una televisión local durante el verano contaba que su tutora, después de más de una década en el mismo medio, tenía una agenda que consultaba cada año para proponer los temas del verano. Como resultado, se tendían a repetir los temas del año anterior.

Otra alumna contaba con frustración que en su periódico local hacían bromas de sus ganas de llevar a cabo nuevos temas. «Claro, después de 15 años haciendo lo mismo, yo los entiendo», sentenciaba un tercer estudiante en uno de los debates que se desarrollaron en una sesión de evaluación. De nuevo, vuelve a destacar la rapidez con la que los estudiantes tienden a justificar actitudes que inciden negativamente en la práctica profesional. A ninguno se le había ocurrido que, incluso si asumimos que tras 15 años en el mismo puesto, puede sobrevenir apatía, siempre queda la posibilidad de buscar otros medios e incluso otras ocupaciones.

Los estudiantes describieron tres tipos de manipulación de informaciones: en primer lugar, mencionaron la existencia de «falsas crónicas», es decir, aquellas en las que el periodista no está en el lugar de los hechos como exige el género. Esto parece suceder a menudo en crónicas deportivas realizadas a partir de la información transmitida desde el televisor o vía telefónica con personas que estuvieron en el campo.

Otros casos de manipulación se producían por tensiones entre publicidad y contenidos. Por ejemplo, un alumno contó que una emisora local de una cadena de radio estatal ignoró un importante festival de música que tenía lugar en la localidad porque estaba patrocinado por la emisora de radio de la competencia. Mientras, el evento musical aparecía en el resto de medios informativos del lugar.

Algunos estudiantes manifestaron que existían relaciones demasiado amistosas y cercanas entre periodistas y políticos, lo que podía favorecer la manipulación. Esto les resultaba evidente en medios locales, aunque algunos autores han descrito que también ocurre en medios nacionales⁹.

El caso más impactante de manipulación por razones políticas fue el que contó una alumna, a la que llamaremos Mónica, que había hecho prácticas en un

periódico local de Guadalajara cuando se produjo el incendio que arrasó 8.000 hectáreas de pinares en julio de 2005 y acabó con la vida de 11 bomberos.

Mónica es natural de uno de los pueblos en cuyas puertas merodearon las llamas. Hacía casi un año del suceso y aún se emocionaba al narrarlo. En aquellos días ella trabajaba en un periódico que calificó como pro-gubernamental, al igual que otros de la comarca. Contó cómo se silenció cualquier versión crítica con la actuación del gobierno y cómo no tenían en cuenta informaciones que no fueran oficiales, aunque estuviesen contrastadas: «Yo les decía, esto es así, acabo de hablar con mi padre y con mis vecinos que están allí y en la redacción me contestaban que había que esperar a la versión oficial».

Ningún periódico, emisora de radio o de televisión contó lo que cientos de vecinos vieron con sus propios ojos: nadie vio tantos medios anti-incendios como rezaban las informaciones, que procedían de fuentes oficiales. Mónica explicó su frustración al «sentirse parte de un circo» que despreciaba la voz de los ciudadanos y las suplantaba con una voz ajena.

Los estudiantes de prácticas no son los únicos en sentir presiones hacia su independencia. Según una encuesta realizada por la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) entre sus asociados y presentada en su informe de 2005, los periodistas percibían tener una independencia limitada, que valoraron con una media de 4,7 sobre 10. La mayoría de los profesionales siguen recibiendo presiones que provienen de la propia empresa, «la persona al mando», instancias políticas y, de forma menos acusada, de los anunciantes y de empresas externas.

En general, los estudiantes se sentían indefensos ante la manipulación. Cuando, durante las sesiones de evaluación en grupo, yo les preguntaba qué podían hacer para preservar su independencia, casi todos se encogían de hombros o contestaban que nada. Un estudiante argumentó que lo único que se podía hacer era no firmar una información con la que no se estaba de acuerdo. Más allá de eso, nadie encontraba otras opciones.

Los periodistas en prácticas parecen sentir que el mundo del periodismo no ofrece muchas posibilidades a la hora de elegir y tienden a presentarse en el mercado laboral como agentes con escaso margen de maniobra para decidir sobre su futuro laboral e incidir sobre la forma de trabajar. Es posible que esta percepción se base en el hecho de que cada año egresan de las universidades 3.000 nuevos licenciados al tiempo que el empleo en el sector no aumenta (Ibíd: 84 y 125).

2.4. La empresa y los estudiantes en prácticas

En casi todas las sesiones de evaluación salió a la palestra el tema de las condiciones laborales de los estudiantes en prácticas. Los estudiantes manifestaron que cobraban una media de 200 euros por una jornada semanal de 20 a 24 horas. Casi todos se quejaban de que se les exigía más dedicación horaria de la estipulada por contrato a cambio de nada, o en algún caso, de algún atisbo de promesa de permanecer en la empresa tras el periodo de prácticas.

A su vez, los estudiantes mostraron su preocupación al constatar que muchas plantillas de diversos medios tenían un alto porcentaje de «becarios». Hacían el siguiente análisis: si los medios se nutren de becarios, las empresas tendrán menor necesidad de crear puestos de periodista, luego, se preguntaban «¿quién me querrá contratar cuando termine los estudios?».

Entre los estudiantes, se hallaba un licenciado en Comunicación Audiovisual que se había matriculado en Periodismo para poder seguir siendo becario y así entrar en contacto con diversas empresas hasta que en una por fin lo contratasen como licenciado. «Me he matriculado para poder seguir comprando lotería», declaró un estudiante durante su exposición.

De hecho, algunos estudiantes habían sido contratados tras el periodo de prácticas, bajo diferentes modalidades, pero sobre todo con un contrato en prácticas, en el que percibían entre 600 y 800 euros mensuales.

El último estudio de la FAPE (2005: 33) constata que ha crecido la preocupación entre los periodistas por que los estudiantes y becarios realicen funciones propias del personal contratado. A su vez el artículo de Udías (2006: 36) sobre el mercado de las prácticas periodísticas constata la existencia de un abuso, que llega a ser ilegal, dado que el número de becarios no debe exceder el 10% de la plantilla de una empresa según la ley.

2.5. Casi todos, contentos

A pesar de los vicios de la profesión, del escaso salario, de las horas extras y del panorama laboral al que se enfrentaban, la mayoría de los estudiantes se mostraron muy contentos con las prácticas profesionales. Decían haber aprendido mucho en varias áreas, sobre todo en redacción periodística, en el manejo de algunos programas informáticos y en otras cuestiones técnicas. También manifestaban que habían adquirido tablas y, como hemos comentado, se sentían orgullosos de haber sido capaces de enfrentarse con éxito a su primera prueba profesional. Aunque muchos observaban que la Universidad es necesaria y aporta una

«base» de conocimiento, otros creían que en las redacciones es donde «realmente se aprende». Estos pensamientos orientaban las críticas que los estudiantes hacían a la Universidad. Asumían que las prácticas eran lo verdaderamente importante para su futuro y se quejaban de que, siendo así, los profesores no fuesen flexibles con la falta de asistencia a clase por motivos laborales.

Estas críticas se referían, sobre todo, a las asignaturas que requieren la superación de ejercicios prácticos en un tiempo controlado en clase. Este punto es controvertido porque los periodistas llevan años quejándose de que la enseñanza universitaria es demasiado teórica (FAPE, 2005: 38). Por eso resulta sorprendente que existan protestas cuando en las aulas se intenta equilibrar teoría y prácticas. En esta ocasión, la crítica se basa en la ya clásica asunción de que donde mejor se aprende «el periodismo» es en el oficio, que nunca podrá compararse con ejercicios prácticos propuestos desde la Universidad.

Todos estos testimonios arrojan la sensación de que existe un discurso que legitima los vicios del periodismo actual (falta de tiempo para contrastar, enorme poder de las fuentes más poderosas, independencia limitada) como consustanciales e imposibles de erradicar y al mismo tiempo, deslegitima los principios periodísticos enseñados en la Universidad. Se trata de un discurso enormemente destructivo para el periodismo como profesión: no sólo dificulta su misión de servir al ciudadano sino que, al hacerlo, socava su propia legitimidad: si la formación ofrecida por la Universidad no es esencial, si donde se aprende es en la redacción y además en dos semanas «uno ya es periodista», entonces, ¿cualquiera puede ser periodista?, ¿rellenar el espacio (impreso, digital o audiovisual) de cualquier informativo es hacer periodismo?

Varios estudios han señalado el individualismo y la falta de asociacionismo¹⁰ como algunos de los motivos por los que tantos periodistas incorporan un discurso que es tan negativo para sus propios intereses y los del ejercicio periodístico. Y además, una inmersión temprana y precaria en la profesión como la que sufren los estudiantes en la actualidad puede mermar sus defensas y bloquear el desarrollo de recursos ante unas rutinas profesionales algo viciadas. Sometidos a esta tensión pueden ceder a la tentación de la vanidad y pen-

sar que si pueden hacer el trabajo de un redactor es por su talento innato.

En las redacciones de los medios los periodistas del futuro, según hemos descrito, están «aprendiendo a cortar y pegar», a hacer falsas crónicas o a justificar conductas ajenas a los valores del periodismo, como la «imposibilidad» de elaborar las informaciones mediante un método objetivo o la falta de independencia. Por eso la universidad no debe caer en la tentación de considerar que el aprendizaje «de las prácticas profesionales» es necesariamente más enriquecedor que el que hace en las aulas. Es más, desde la universidad debemos preguntar ¿para qué han de servir las prácticas profesionales y la asignatura de prácticas en empresa? Para llegar a esta respuesta debemos dar un pequeño rodeo y partir de la función de la universidad en la formación de periodistas.

Los estudios superiores de Periodismo pueden y deben contribuir a desarrollar una actitud crítica, de miras amplias y enfoque ético que es posible que el licenciado nunca vuelva a encontrar en las redacciones si no lo ha interiorizado durante sus años de formación y lo promueve activamente en su ejercicio profesional.

3. Universidad y prácticas profesionales: conclusión

Los estudios superiores de Periodismo pueden y deben contribuir a desarrollar una actitud crítica, de miras amplias y enfoque ético que es posible que el licenciado nunca vuelva a encontrar en las redacciones si no lo ha interiorizado durante sus años de formación y lo promueve activamente en su ejercicio profesional. Debemos convencer a los estudiantes de que la función de la universidad no es sólo aportar conocimientos instrumentales de carácter profesional. Además, ha de formar «sobre los procesos de comunicación, sus repercusiones e implicaciones sociales y sobre los contextos sociales en los que está inserta» (Murciano, 2005: 128)

Los periodistas, como los profesores, deben enriquecer las perspectivas de aquéllos a los que se dirigen. Deben exponer las implicaciones sociales de las noticias y completar el conocimiento de sus lectores acerca de los contextos sociales en que la información se desarrolla.

Y esto sólo puede hacerse desde una formación académica humanista, que impulse a los futuros periodistas hacia una búsqueda incesante de información y conocimiento. Este empuje es el que el periodista ha de trasladar al ciudadano, en su búsqueda de la verdad. Continuar en esta búsqueda a pesar de las presiones es parte integral del rol del periodista y eso parece que actualmente no se aprende en una empresa informativa, donde los intereses son otros.

La universidad, tal y como se ha insistido abundantemente en las reflexiones acerca de los estudios superiores en el proceso de convergencia europea, ha de asumir el reto de formar en habilidades profesionales (saber hacer) y en conocimientos (saber). Es más, ha de ayudar a desarrollar aptitudes y tratar de mejorar a las personas (ser), lo cual es fundamental en el caso que nos ocupa porque, parafraseando un libro del aclamado Ryszard Kapuscinski, los cínicos no sirven para este oficio.

Como argumenta en «Teoría de la inteligencia creadora» el filósofo J. Antonio Marina (1993: 236) «el modo más inteligente de ser inteligente es crear la libertad, la verdad y la dignidad», y eso es tarea de la ética. Marina vincula la verdadera inteligencia a la racionalidad, la defensa de derechos y el compromiso social. De la misma forma, un periodista poco honrado, poco celoso de la verdad y poco comprometido con la sociedad no puede ejercer bien la profesión si la entendemos como un servicio al ciudadano. Y desde luego, una universidad poco comprometida con la mejora humana de sus estudiantes y la transformación social de su entorno no cumple con su función humanista.

La universidad, por tanto, debe vincular saber, con saber hacer y mejora personal, ha de integrar inteligencia y compromiso, conocimiento teórico y práctica profesional. Ante este reto de dimensiones monumentales, la asignatura «Prácticas en empresa» puede ser una herramienta útil dado que tiende un puente «reflexivo» entre práctica profesional y contenidos académicos. Esto plantea un gran desafío a la licenciatura de Periodismo, que necesita la colaboración de estudiantes y periodistas en activo. Si la asignatura de «Prácticas en empresa» puede ser un puente entre universidad y empresa, deberíamos usarlo para atraer a presentes y futuros periodistas al ámbito de la formación, del compromiso, y una vez en este área ponernos a su disposición para ayudarles a mejorar el mundo.

Para la Universidad podría ser tentador adoptar el rol de baluarte contra las empresas, etiquetadas como agentes que abusan de los becarios. Sería algo así co-

mo universidad contra capitalismo, un enfrentamiento al que se le podrían asociar binomios como conocimiento-idealismo contra dinero-poder. Pero al hacerlo estaríamos ignorando varios hechos: en primer lugar, que los estudiantes están contentos con las prácticas porque, a pesar de todas las críticas, las encuentran formativas¹. Y además, no podemos sustraernos de la realidad social del momento: hoy por hoy, los estudiantes necesitan hacer prácticas para acceder a un puesto de trabajo tras licenciarse.

No se trata de preguntarnos si debemos ceder o no ante la «empresa» o el «mercado», si debemos primar el aprendizaje que nosotros ofrecemos o el que ofrecen en las empresas. Se trata de sumar esfuerzos de periodistas, profesores, estudiantes e instituciones para que tal aprendizaje en empresas se produzca y no pervierta sus fines. Las asignaturas de «Prácticas en empresas», cada vez más comunes en las universidades españolas, pueden contribuir a construir un espacio compartido, un conjunto de círculos virtuosos de trabajo común y empatía entre profesores, estudiantes y tutores de prácticas en empresas.

Actualmente la asignatura ofrece un marco de reflexión compartida y un punto de apoyo a los estudiantes para que sientan que es legítimo mantener una actitud crítica hacia formas de trabajo rutinarias y que favorecen la manipulación. Al mismo tiempo, facilita que la universidad acumule información acerca del funcionamiento interno de los medios de comunicación.

No obstante, para ampliar estos objetivos me atrevo a aventurar un par de sugerencias, que planeamos impulsar en la Universidad Carlos III para vertebrar este espacio compartido de reflexión. En concreto, existen dos iniciativas en gestación: un weblog asociado a la asignatura y la organización de un seminario acerca del Periodismo en que cada año participen profesores, tutores de prácticas en las empresas y estudiantes.

Se trata de lograr que la primera experiencia laboral pueda servir como una vacuna que ayude a construir resistencia ante las presiones que sienten todos los periodistas y a desarrollar estrategias para realizar un periodismo de calidad. Y si en esas estrategias participa una colectividad, será mucho más efectivo.

Notas

¹ Un 76,3% según el «Informe de la profesión periodística» de la Asociación de la Prensa de Madrid, 2005.

² Por ejemplo: Udías (2005) o Iglesias (2004).

³ En 2004 decreció un 0,3% según *ibid*.

⁴ Algunos autores han argumentado que los testimonios de triunfo ante la adversidad, *Triumph Over Adversity*, (Ferguson, 1983: 51; Winship: 1987: 76), o historias de la vida real, «True life tales» (Ba-

llester y otros: 1940: 148) están muy presentes en medios populares como revistas femeninas o chat shows. Ejemplos clásicos de este tipo de historias son la «batalla victoriosa contra el cáncer» o de personas obesas que consiguen perder el peso que les sobra.

⁵ Un grupo de periodistas norteamericanos crea el Committee of Concerned Journalists (CCJ) cuando constatan que, justificadamente, los ciudadanos tienen cada vez menos confianza en los medios en EEUU. El CCJ ha llevado a cabo un intenso trabajo de investigación en el que llegan a estar implicados 3.000 periodistas. El libro «Los elementos del periodismo», del que proviene la cita, es fruto de ese trabajo.

⁶ Esta misma idea también es compartida por otros periodistas insig-nes como Kapucinski (2002), Montanelli (2003) o David Randall (1999).

⁷ Sobre esta tendencia en medios digitales también hay consenso: lo señala la encuesta realizada en 2003 por el Sindicato de Periodistas de Catalunya y el Grup de Periodistes Digitals.

⁸ Utilizo becario como sinónimo de «estudiante en prácticas».

⁹ Serge Halimi ofrece una narración esclarecedora que, centrándose en Francia, explica cómo esta cercanía entre periodistas de elite y fuentes oficiales es extremadamente peligrosa para la independencia. En España Diezandino y otros han investigado «la elite de los periodistas» que tanta influencia tienen en los medios de comunicación actuales.

¹⁰ Por ejemplo, Canel (2002: 186), Iglesias (2004) o Echaniz y Pagola (2004).

¹¹ Éste es un dato que debemos investigar con mayor atención de lo que, debido al tipo de material que utiliza el presente artículo, se ha podido hacer aquí.

Referencias

BALLASTER, R.; BEETHAM, M.; FRAZER, E. & HEBRON, S. (1991): *Women's worlds*, Houndmills. Basingstoke. Hampshire/London, The Macmillan Press.

CANEL, M.J.; RODRÍGUEZ, R. y SÁNCHEZ, J.J. (2000): *Periodistas al descubierto: retrato de los profesionales de la informa-*

ción. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

DIEZHANDINO, P.; BEZUNARTEA, O. y COCA, C. (1994): *La elite de los periodistas*. Bilbao, Universidad del País Vasco.

ECHANIZ, A. y PAGOLA, J. (2004): *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao, Desclee.

FERGUSON, M. (1983): *Forever feminine: women's magazines and the cult of femininity*. London, Exeter/Heinemann.

HALIMI, S. (2002): *Los nuevos perros guardianes: periodistas y poder*. Nafarroa, Trilce.

IGLESIAS, M. (2004): «Precariedad laboral de los periodistas, la mordaza de la prensa libre. Tentación peligrosa de pasividad», en *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información: economía, política y lógicas culturales*, en *III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación*. Sevilla, Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.

KAPUSCINKI, R. (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*. Barcelona, Anagrama.

KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2003): *Los elementos del periodismo*. Madrid, Santillana.

MARINA, J.A. (1993): *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, Anagrama.

MARINA, J.A. (1995): *Ética para náufragos*. Barcelona, Anagrama.

MARTÍNEZ ODRIOZOLA, L. (2004): «Diseción de la profesión: de cómo y por qué se accede al periodismo, de sus estudios y salidas», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 57.

MONTANELLI, I. (2002): *Memorias de un periodista*. Barcelona, RBA.

OBACH, X. (1997): *El tratamiento de la información y otras fábulas*. Madrid, Anaya.

RANDALL, D. (1999): *El periodista universal*. Madrid, Siglo XXI.

UDÍAS, C. (2006): «El mercado de las prácticas», en *Periodistas (FAPE)*, II, 5; 35-40.

VARIOS (2006): *Informe de la profesión periodística, 2005*. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid.

WINSHIP, J. (1987): *Inside women's magazines*. London/New York, Pandora.