

Los alumnos de Periodismo de la Universidad de Zaragoza y la Universidad Complutense de Madrid (España): impulso vocacional, referencias mediáticas y perspectivas profesionales

Students of Journalism at the University of Zaragoza and the Complutense University of Madrid (Spain). Vocational drive, media references, and career prospects

Dr. Fernando PEINADO Y MIGUEL
Universidad Complutense de Madrid (España)
peinado@ucm.es

Dra. Carmen MARTA-LAZO
Universidad de Zaragoza (España)
cmarta@unizar.es

Dr. Miguel Angel ORTIZ SOBRINO
Universidad Complutense de Madrid (España)
maortiz@ccinf.ucm.es

Recibido: 03/01/2015

Aceptado y Publicado: 12/02/2015

Resumen

Según los datos suministrados por la Asociación de la Prensa de Madrid, en 2014, había un total de veintiún mil cuatrocientos treinta y ocho alumnos matriculados en los Grados y Licenciaturas de Periodismo de las diferentes Facultades españolas de Comunicación. En los últimos años, algunos investigadores han publicado diferentes contribuciones científicas sobre la implantación en España de este título universitario en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y el perfil de sus estudiantes. Una de las últimas investigaciones realizadas en este sentido se ha centrado en los alumnos del Grado de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad de Zaragoza (España). A lo largo del artículo que presentamos se exponen y analizan sus principales resultados focalizados, sobre todo, en aspectos relacionados con la vocación profesional, las perspectivas laborales,





los referentes profesionales y la influencia de los medios de comunicación entre los estudiantes de esta titulación en las dos universidades objeto de estudio. La metodología se ha basado en un cuestionario que contiene veintisiete preguntas multirespuesta. El trabajo de campo ha sido realizado durante el curso académico 2013/2014. La investigación es el resultado de un trabajo conjunto de carácter comparativo llevado a cabo por el Grupo de Investigación Mediacom de la Universidad Complutense de Madrid y el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza (España).

Abstract

According to data supplied by the Madrid's Association Press, in 2014 there were twenty-one thousand four hundred thirty-eight students enrolled in Grades and Bachelor of Journalism from different Spanish Schools of Communication. In recent years, some researchers have published several scientific contributions on the implementation in Spain of this degree in the European Higher Education Area (EHEA) and the profile of their students. In this way, one of the latest researches has focused on the students of the Degree of Journalism at the Complutense University of Madrid and the University of Zaragoza (Spain). Throughout this paper the main results focused mainly on issues related to the vocation, job prospects, professional references and the influence of the media among students for this course at the two universities analyzed are shown. The methodology was based on a questionnaire of twenty multiple-choice questions. Fieldwork was conducted during the academic year 2013 / 2014. This research is the result of joint work by a research group at the Complutense University of Madrid and another from the University of Zaragoza (Spain).

Palabras Clave: Estudiantes de Periodismo; motivaciones; vocación; profesionales de la comunicación; perspectiva profesional; credibilidad.

Key Words: Students of Journalism; motivation; dedication; communication professionals; professional perspective; credibility.





1. Introducción

Los antecedentes en España de los nuevos estudios universitarios de Ciencias de la Comunicación los encontramos en las antiguas Escuelas de Periodismo, en la Escuela de Radio y Televisión y en las denominadas Escuelas de Publicidad, que funcionaron hasta finales de la década de los 70 del siglo pasado. Fue a partir de entonces cuando se inauguraron las Licenciaturas universitarias de las primeras Facultades de Información y Comunicación, en Madrid y Barcelona. Aquellos estudios son el único precedente de los actuales Grados en Comunicación adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) (Alberich, Guarinos y Mañas, 2009; Murciano, 2010; y Real, 2009).

El centro mas antiguo de España donde se imparte el Grado de Periodismo es la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid que abrió sus puertas en el curso 1971-72. Por el contrario, uno de los centros que recientemente ha incorporado el Grado de Periodismo ha sido la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Zaragoza, que se inició estos estudios en el año 2009. En ambos centros se han implantado los Grados de Periodismo de acuerdo a las directrices del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). El actual Plan de Estudios del Grado de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid fue aprobado mediante la resolución de 8 de abril de 2011 (BOE, núm. 99, de 26 de abril de 2011). Este Grado supuso la adaptación al EEES de estos estudios, que nacieron a raíz del Decreto 2070/1971 del Ministerio de Educación y Ciencia, de 13 de agosto, por el que se regulaban los estudios de Periodismo en la Universidad española. Por su parte, el plan de estudios de Periodismo para la Universidad aragonesa se aprobó el 10 de febrero de 2009 y fue publicado en Boletín Oficial de Aragón, el 4 de marzo de 2009.

Según los datos suministrados por la Asociación de la Prensa de Madrid en 2014 había veintiún mil cuatrocientos treinta y ocho alumnos matriculados en los Grados y Licenciaturas de Periodismo de las diferentes Universidades de España. De ellos, la mayoría se concentran en las Universidades de la Comunidad de Madrid y Cataluña, seguidas de Andalucía, Galicia y Comunidad Valenciana (Palacio, 2013 y 2014).

1.1. Los estudiantes de Comunicación como objeto de estudio

El interés investigador por la percepción de los estudios del Grado de Periodismo entre los estudiantes de diferentes universidades españolas nos es nuevo. Durante estos primeros años de implementación del Grado de Periodismo en el Espacio Europeo de Educación





Superior, diversos investigadores han dedicado estudios específicos relacionados con este Grado y el perfil de sus estudiantes. También el Informe sobre la profesión periodística, publicado por la Asociación de la Prensa de Madrid, viene dedicando un capítulo a los estudios de Comunicación en España en los últimos años.

En 2010, se llevó a cabo una primera investigación para determinar el perfil de entrada de los alumnos que querían cursar algunos de los Grados en Comunicación en las Universidades madrileñas. El trabajo fue realizado por profesores de la Universidad Complutense. Un año después, este grupo de profesores -configurados ya como el Grupo Research and Learning of Media and Communications Management/ Investigación y enseñanza de la Gestión de los Medios y de la Comunicación (MediaCom UCM) - continuó con esta línea de trabajo que permitió ir contrastando los resultados y su evolución, a partir de los diferentes trabajos de campo realizados a lo largo de los cuatro años siguientes (Pérez Serrano, Ortiz Sobrino y Rodríguez Barba, 2013). Las conclusiones de las diferentes fases de la investigación han sido publicados en algunas contribuciones científicas de los investigadores integrantes del grupo (Peinado y Fernández Sande, 2011; Ortiz Sobrino, 2012).

De igual forma, desde el curso 2008/2009, el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza ha venido investigando sobre la implantación de los Grados de Comunicación en Aragón. Posteriormente, el Grupo ha seguido analizando el desarrollo de los estudios de Periodismo en el EEES y el nivel de satisfacción de los alumnos (Pérez Serrano, Marta-Lazo y Ortiz Sobrino, 2014; Marta-Lazo y Vadillo Bengoa, 2013; Vadillo, Marta-Lazo y Cabrera, 2010).

La investigación cuyos resultados se exponen en este texto son el resultado de un trabajo conjunto realizado por los dos grupos mencionados: el Grupo Research and Learning of Media and Communications Management/ Investigación y enseñanza de la Gestión de los Medios y de la Comunicación (MediaCom UCM) de la Universidad Complutense de Madrid, y el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza.

1.2. Contexto espacial y educativo de los Grados de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad de Zaragoza

Según el Espacio Madrileño de Educación Superior, en el pasado curso académico 2013/2014 se ofertaron en la Comunidad de Madrid mil trescientas ochenta y cuatro plazas para estudiar el Grado de Periodismo, de las cuales cuatrocientos treinta y nueve





correspondieron a la oferta en la Universidad privada, mientras que novecientas cuarenta y cinco fueron convocadas para las tres universidades públicas madrileñas: Universidad Carlos III, Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Complutense (CAM, 2014 y EMES, 2013). La oferta de plazas para la Universidad Complutense en el curso 2013/2014 ascendió a seiscientos alumnos repartidos en cuatro grupos, de mañana y tarde. En el caso de la Universidad en Zaragoza, las plazas ofertadas para el Grado de Periodismo ascendieron a sesenta con destino en la universidad pública de Zaragoza (Aragón), y cuarenta y cinco para la Universidad San Jorge, de carácter privado.

La nota de corte (PAU) para el acceso a estos estudios en la Universidad madrileña fue de 7,272, mientras que para la Universidad aragonesa fue 11,012.

1.3. Revisión de la literatura científica sobre estudios en torno a los perfiles de los alumnos del Grado de Periodismo, sus motivaciones y relaciones mediáticas

A partir de la década del 2000 se han venido produciendo investigaciones y análisis sobre el retrato robot y los perfiles de los alumnos de Comunicación en España, en los que se intentaba averiguar cuáles eran sus motivaciones, sus referentes mediáticos y cómo era su relación con los medios. Alguno de esos estudios sobre la identidad y la motivación de los nuevos periodistas (Real, 2009b) hay que enmarcarlos junto a otros, de carácter más general, en torno a la motivación de los alumnos universitarios en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que sin duda ayudan a contextualizar los trabajos de campo llevados a cabo entre los alumnos de las Facultades de Comunicación (Núñez Pérez et al. 2009; Valera Benito y Cerrato, 2009; y Mas Tous y Medina Amorós, 2007).

Las últimas revisiones de la literatura científica sobre el tema pasan por algunas investigaciones sobre los estudiantes de Comunicación, desde diferentes perspectivas y ámbitos (Peinado y Fernández Sande, 2011; Ortiz Sobrino, 2012; Marta-Lazo y González Aldea, 2012; Pérez Serrano, Ortiz Sobrino y Rodríguez Barba, 2013; Pérez Serrano, Marta-Lazo y Ortiz Sobrino, 2014; y Marta-Lazo, Ortiz Sobrino y Peinado Miguel, 2014). Otra literatura científica de referencia para este estudio se puede encontrar también en las aportaciones de Marta-Lazo (2009), Humanes y Roses (2014) y Túniz et al. (2013), sobre el impacto y valoración de los estudios de Periodismo y las nuevas demandas profesionales. También se deben tener en cuenta los estudios de Farias Batlle (2010 y 2011) sobre la credibilidad y situación de los estudios de Comunicación, realizados para el Informe de la Profesión Periodística de la Asociación de Periodistas de Madrid (APM), o los de Palacios (2013 y 2014), también para la misma asociación profesional. Finalmente.





Otras experiencias coetáneas similares han sido llevadas a cabo por Tejada (2003) con alumnos de la Facultad de Documentación y, fuera de España, por López García (2010), Garza Sánchez et al. (2014) y Fonseca Muñoz (2014).

2. Objetivos, Hipótesis y Metodología

Los objetivos planteados en la investigación hacen referencia a diferentes perspectivas de la percepción de los estudiantes del Grado de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad de Zaragoza.

2.1 Objetivos e hipótesis

En concreto, se plantearon los siguientes objetivos:

En primer lugar, obtener información sobre diferentes aspectos relacionados con las motivaciones de los estudiantes de las dos Universidades analizadas que les llevaron a estudiar el Grado de Periodismo y las perspectivas laborales que percibían una vez que acabaran sus estudios.

En segundo lugar, determinar la percepción que los estudiantes tenían sobre la influencia política y la independencia de los profesionales de la información.

En tercer lugar, a través de la investigación se pretendía saber en qué medida los medios de comunicación condicionan su opción política y sus hábitos de consumo.

Finalmente, interesaba saber sus referentes profesionales e informativos.

Las hipótesis de partida fueron las siguientes:

- H1. Los alumnos de Periodismo son vocacionales y se enfrentan a los estudios en Comunicación con un alto grado de motivación.
- H2. Los futuros periodistas creen que sus colegas pueden ejercer su profesión con plena independencia.
- H3. Como nativos digitales, los futuros comunicadores buscan su referentes profesionales en los medios digitales.
- H4. Los medios de comunicación tienen capacidad de influir en la opción política y el consumo de los ciudadanos.



H5. Los futuros profesionales de la información son realistas en relación a su futuro profesional.

2.2. Metodología

La metodología de investigación utilizada se ha basado en las respuestas de un cuestionario de veintisiete preguntas multirespuesta realizado a los alumnos del Grado de Periodismo de las dos Universidades objeto de la investigación, mediante una encuesta autoadministrada en soporte informático que fue realizada durante el curso académico 2013/2014. La encuesta brindaba al alumno la posibilidad de graduar su respuesta con números del 1 al 5, siendo el 1 “nada”; el 2, “muy poco”; el 3, “algo”; el 4, “bastante”, y el 5, “mucho”).

Una vez suministrados, se contabilizaron trescientos tres cuestionarios válidos correspondientes a la Universidad Complutense de Madrid, y sesenta y tres de la Universidad de Zaragoza, como se pone de manifiesto en la siguiente ficha técnica:

Ficha técnica de la encuesta

Ámbito geográfico	Zaragoza-Madrid
Método recogida de la información	Cuestionario autoadministrado
Tamaño muestral	363 cuestionarios (válidos)
Fecha del trabajo de campo	Curso 2013/2014

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados pertenecían a los cuatro grupos del Grado de Periodismo de la Universidad madrileña y al grupo único del mismo título en la Universidad aragonesa.

3. Resultados

Del análisis de las respuestas de los estudiantes de las dos Universidades se extraen los resultados y conclusiones que se exponen a continuación.





3.1. La motivación por los estudios de Periodismo es poliédrica y no exclusivamente vocacional: la afición por la escritura, el interés por la actualidad y la falta de rutina profesional fundamentan la elección

Aunque en un principio se pudiera pensar que la vocación es la motivación principal a la hora de elegir estos estudios y la profesión periodística, los datos de la encuesta revelan que en realidad son varios los aspectos que determinan la opción de los estudios de Periodismo entre los estudiantes.

Grado Periodismo U. Complutense de Madrid		VALORACIÓN MEDIA
a)	Me gusta conocer otras culturas y países y esta es una profesión que me lo permitirá	3,81
b)	Creo que como periodista puedo contribuir a un mundo más justo y mejor	3,65
c)	Es una profesión nada rutinaria y muy atractiva	3,91
d)	Es una profesión que me permitirá ser popular y trabajar con personajes populares	2,58
e)	No podría dedicarme a otra cosa: es mi vocación	3,18
f)	Es la profesión que me permitirá ganar el dinero suficiente para vivir como quiero.	2,10
g)	Porque está de moda estudiar Periodismo	1,15
h)	Porque es una carrera fácil	1,49
i)	Porque he conocido a algunas personas que han estudiado esa carrera	1,61
j)	Porque es una profesión que me permitirá influir en los demás y tener prestigio social	2,38
k)	Porque hay muchas salidas profesionales para esta carrera	2,25
l)	Porque mis padres y amigos me lo aconsejaron	1,43
m)	Porque siempre me ha gustado escribir	3,78
n)	Porque me atraía el plan de estudios	2,46
o)	Porque admiro a los profesionales que ejercen esta profesión	3,49
p)	Porque me gusta trabajar en equipo	3,13
q)	Porque siempre he sido una persona creativa	3,59
r)	Porque es la titulación a la que podía acceder con mi nota media	1,75
s)	Porque es una profesión que siempre se ha ejercido en mi familia	1,19
t)	Porque me han gustado siempre la información de actualidad	3,71
u)	Porque quería conocer mejor el funcionamiento de las empresas de comunicación y los medios	2,84
v)	Porque quería aprender más sobre las diferentes tecnologías necesarias en los procesos de comunicación	2,82

Tabla 1: Elaboración propia.





En el caso de los alumnos de la Universidad de Zaragoza, la valoración media más alta entre las diferentes opciones de respuesta corresponden a aspectos relacionados con la afición por escribir (3,78), con el interés por la información de actualidad (3,71), con el hecho de ser una profesión poco rutinaria, y con las posibilidades de conocer otros países y culturas que ofrece el ejercicio de la profesión periodística. El aspecto vocacional incorporado en la opción de respuesta (e) sólo alcanza una valoración media de 3,18 (Tabla 1). La valoración media está realizada sobre una puntuación del 1 al 5.

Grado Periodismo U. Zaragoza	MEDIA
a) Me gusta conocer otras culturas y países y esta es una profesión que me lo permitirá	3,86
b) Creo que como periodista puedo contribuir a un mundo más justo y mejor	3,93
c) Es una profesión nada rutinaria y muy atractiva	3,71
d) Es una profesión que me permitirá ser popular y trabajar con personajes populares	2,07
e) No podría dedicarme a otra cosa: es mi vocación	2,61
f) Es la profesión que me permitirá ganar el dinero suficiente para vivir como quiero.	1,44
g) Porque está de moda estudiar Periodismo	1,07
h) Porque es una carrera fácil	1,36
i) Porque he conocido a algunas personas que han estudiado esa carrera	1,32
j) Porque es una profesión que me permitirá influir en los demás y tener prestigio social	1,50
k) Porque hay muchas salidas profesionales para esta carrera	1,75
l) Porque mis padres y amigos me lo aconsejaron	1,18
m) Porque siempre me ha gustado escribir	3,71
n) Porque me atraía el plan de estudios	2,61
o) Porque admiro a los profesionales que ejercen esta profesión	3,14
p) Porque me gusta trabajar en equipo	2,89
q) Porque siempre he sido una persona creativa	3,41
r) Porque es la titulación a la que podía acceder con mi nota media	1,78
s) Porque es una profesión que siempre se ha ejercido en mi familia	1,14
t) Porque me han gustado siempre la información de actualidad	3,67
u) Porque quería conocer mejor el funcionamiento de las empresas de comunicación y los medios	2,32
w) Porque quería aprender más sobre las diferentes tecnologías necesarias en los procesos de comunicación	2,43

Tabla 2: Elaboración propia.





Los estudiantes de Periodismo de la Universidad de Zaragoza también sustentan su opción por los estudios de Periodismo en diferentes aspectos. Coinciden con sus compañeros madrileños en fundamentar su opción sobre la base de su afición por la escritura y porque piensan que el ejercicio de la profesión le dará la oportunidad de conocer otras culturas y países. Pero destacan entre sus respuestas la baja valoración que otorgan a la vocación (2,61) y el gran valor que dan al ejercicio de la profesión como herramienta para conseguir un mundo mejor y más justo (Tabla 2).

3.2. Los futuros periodistas creen que el ejercicio de la profesión está influido por el poder político

Cerca del 60% de los encuestados, tanto en la universidad madrileña como en la aragonesa, creen que el poder político influye y condiciona bastante a los periodistas en activo. Contrasta este resultado con el hecho de que ninguno de los encuestados piensa que esa influencia no se da en ningún caso. Sin embargo, matizan claramente la influencia entre la valoración *bastante* y *mucho*, encontrándose una diferencia porcentual que oscila entre entre los 20 y 55 puntos, según se trate de los alumnos de Zaragoza o los de Madrid (Gráfico 1).

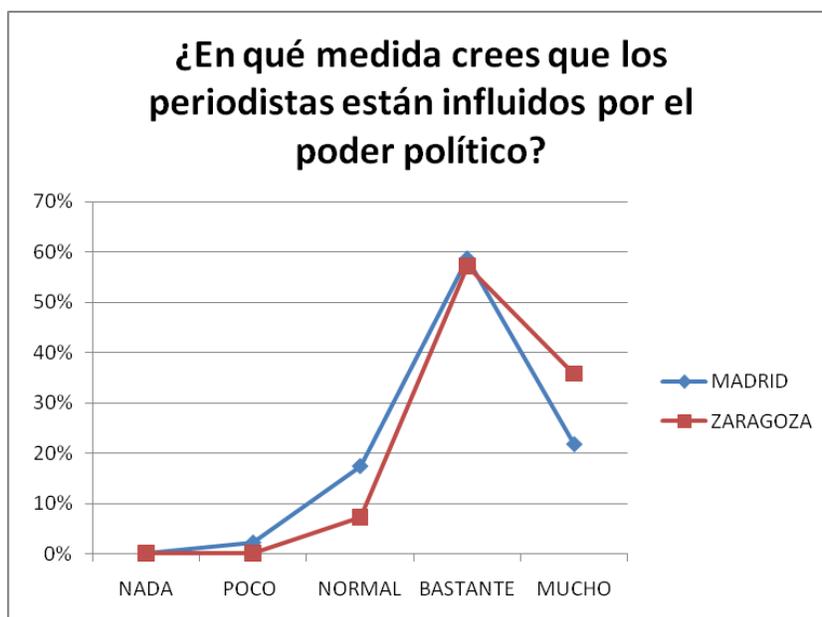


Gráfico 1: Elaboración propia.



3.3 Periodismo sin independencia

Tal vez por lo comentados más arriba, los futuros comunicadores creen que la profesión periodística no es independiente, en este momento. Casi la mitad de los alumnos de las dos Universidades perciben que los periodistas en activo son poco independientes, mientras que no llegan al 5% de los encuestados los que opinan que lo son (Gráfico 2).

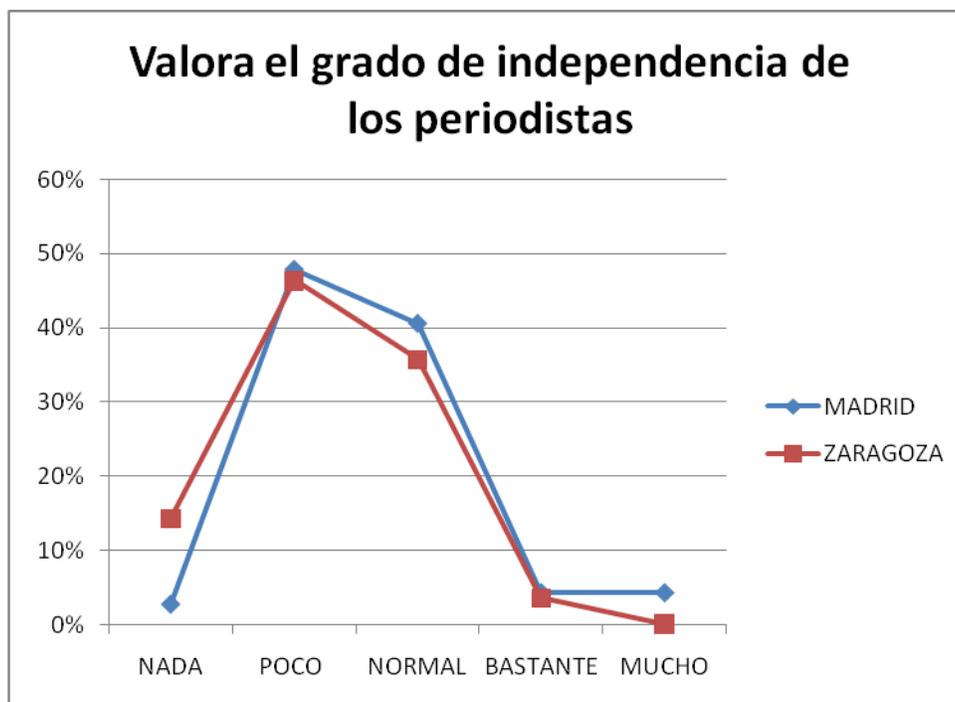


Gráfico 2: Elaboración propia.

3.4. Los medios de comunicación condicionan poco su opción política y moderadamente sus hábitos

Aunque con ligera variación en el porcentaje de respuestas, los estudiantes de Periodismo de las dos Universidades creen que los medios de comunicación influyen poco en sus opciones políticas, concentrando sus respuestas fundamentalmente en la valoración “poco” o “normal”. Contrasta este resultado con la baja percepción de la idea de una “bastante influencia”, que no llega 5% de los encuestados (Gráfico 3).





Gráfico 3: Elaboración propia.

Algo parecido sucede con la influencia de los medios de comunicación en los hábitos de consumo. Sin embargo, en este caso las respuestas moderan los resultados y difieren entre los alumnos de Madrid y Zaragoza.



Gráfico 4: Elaboración propia.





Los estudiantes aragoneses sitúan su mayoría (entre el 30% y el 35%) en la opción que se refiere a una influencia normal o baja de los medios en relación con sus hábitos de consumo. En cambio, sus compañeros de la universidad madrileña se sitúan mayoritariamente (en torno al 33%) en la opción de una influencia normal y de bastante influencia (Gráfico 4).

3.5. Credibilidad y referentes profesionales

Se detecta que la credibilidad de los profesionales no siempre va aparejada con sus referencias y modelos profesionales más valorados.

3.5.1. Los presentadores de televisión y la radio les transmiten mayor credibilidad, frente a las tertulianos

Tanto entre los alumnos de Zaragoza como entre los de Madrid, los presentadores de programas en radio y televisión son los profesionales que gozan de mayor credibilidad. A pesar de que en muchos casos la función de estos profesionales se limita a la mera presentación y lectura de entradillas de las informaciones y colaboradores de los espacios informativos, los estudiantes les dan mayor credibilidad que a los tertulianos: una figura que, en principio, debiera ser la de un profesional de reconocido prestigio y, por tanto, con una credibilidad contrastada.

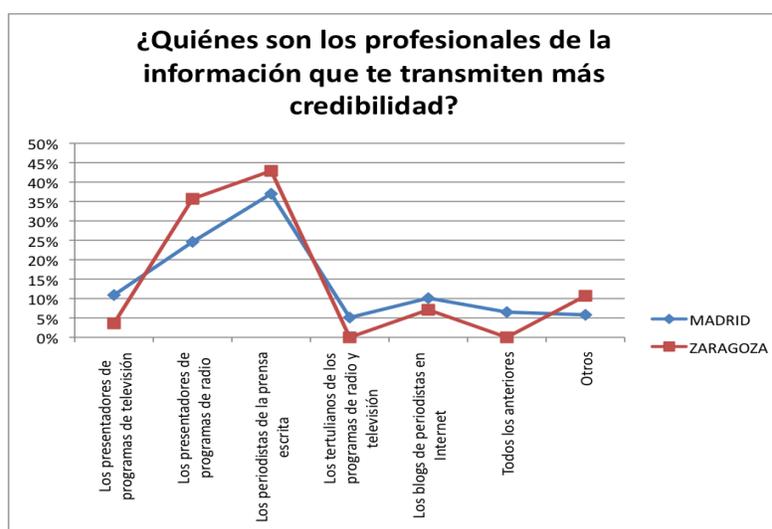


Gráfico 5: Elaboración propia





Los porcentajes difieren entre los alumnos de la universidad madrileña (algo más del 35%) y los de la Universidad de Zaragoza (cerca del 45%), pero en ambos casos sitúan a los presentadores de radio como los profesionales de mayor credibilidad. Es curioso que estos nativos digitales otorgan escasa credibilidad a los medios digitales de la nueva convergencia mediática, como los blogs (Gráfico 5).

3.5.2. Los referentes profesionales en los medios audiovisuales

La fotografía varía si, sobre los mismos protagonistas, se les preguntan en qué medio encuentran sus modelos profesionales.

También en este caso, es en la radio donde localizan sus referencias profesionales. Pero, como se observa en el siguiente gráfico, los porcentajes varían entre los alumnos de una universidad y otra. Frente al 43% de los alumnos de la Universidad de Zaragoza que claramente sitúan sus referencias profesionales en los presentadores de radio, en el caso de los estudiantes de la Universidad madrileña el porcentaje baja hasta alrededor del 28%. (Gráfico 6).



Gráfico 6: Elaboración propia



3.6. Poco optimistas con su futuro profesional

A la pregunta sobre su futuro profesional, los encuestados se manifestaban claramente pesimistas. El 96% de los estudiantes de la Universidad de Zaragoza consideró que no les iba a resultar fácil incorporarse a la profesión, una vez terminados sus estudios. Para más del 57 % de los alumnos encuestados, las causa principales de esa dificultad eran la saturación del mercado laboral en los medios de comunicación y la situación de paro general en el país. En relación con su formación, el 10,7% de los encuestados pensaba que si se especializaba encontraría un trabajo, frente a un 7,1% que confiaba en encontrar un trabajo si era muy bueno y tenía talento profesional (Gráfico 7).

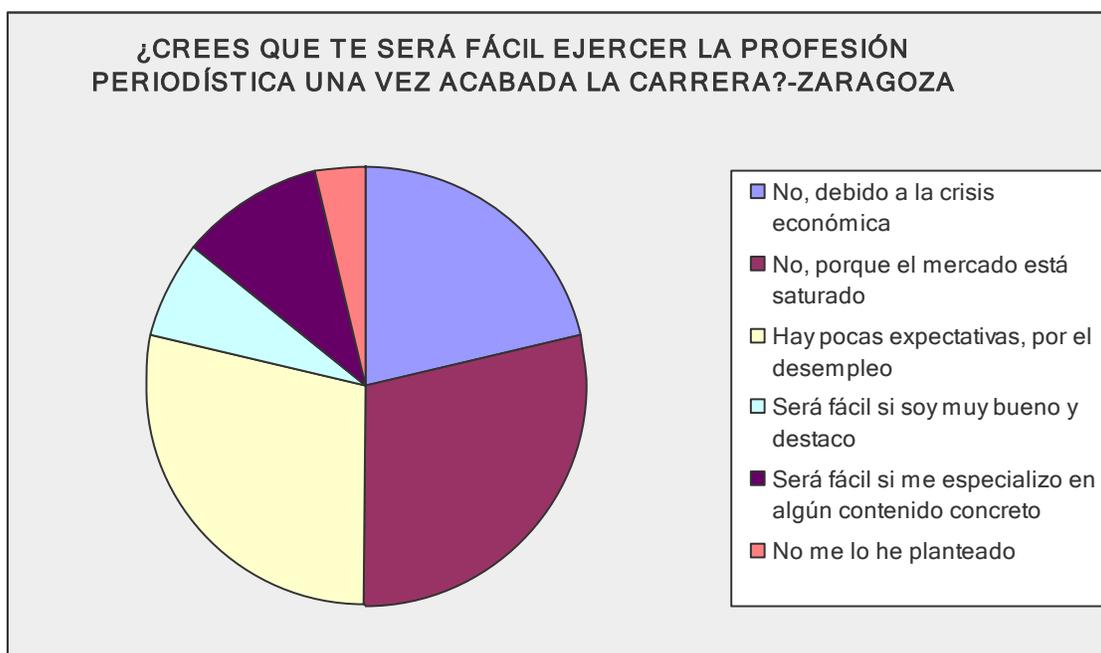


Gráfico 7. Elaboración propia

Consultados sobre la misma cuestión, el 32,6% de los estudiantes de la universidad madrileña pensaban que la principal causa del bajo nivel de empleo de los egresados en el Grado de Periodismo estaba en la situación desempleo sistémico de todo el país. Solo el 10,1 % creía que si se especializaba encontraría un trabajo. En cambio, era muy alto (23,9 %) el porcentaje de los que opinaban que encontrarían trabajo si dominaban bien el oficio de periodista (Gráfico 8).





Gráfico 8: Elaboración propia.

3.6.1 Continuar estudiando frente a la falta de expectativa laboral

Tanto en el caso de los alumnos de Zaragoza como los de Madrid, el futuro pasaba por continuar su formación para gran parte de los encuestados, a falta de expectativas laborales. El 30% pensaba seguir formándose, frente al 25% de los que se inclinaban por seguir haciendo prácticas en algún medio. Estudiar idiomas era una opción para menos del 20% de los encuestados y cursar otra carrera sólo era una alternativa para algo más del 10%.

4. Conclusiones

Analizados los resultados de la investigación, se llega a la conclusión de que el retrato robot de los alumnos del Grado de Periodismo, desde el punto de vista vocacional y de motivación que les llevan a cursar estos estudios, es muy similar entre los estudiantes de la Universidad de Zaragoza y los de la Universidad Complutense de Madrid. En ambos casos, las razones que fundamentan la elección de sus estudios se centran en el interés por la información, en





su afición por la escritura, y en el hecho de que el periodismo es considerado entre los estudiantes como una profesión muy atractiva.

Aunque los alumnos de Periodismo son pesimistas en relación a sus expectativas profesionales por la situación actual de la industria mediática, sin embargo confían en que una buena preparación y su talento profesional les pueden abrir las puertas al mercado laboral.

A pesar de ser nativos digitales, sus referentes profesionales y la credibilidad informativa la sitúan en los medios audiovisuales convencionales (radio y televisión), frente a los nuevos medios de la convergencia mediática.

Finalmente, en relación a la influencia de los medios de comunicación en sus opciones políticas y en el consumo, no tienen conciencia de una especial incidencia. No obstante, en torno al 33% de los estudiantes de Madrid perciben una incidencia notable de los medios en sus hábitos de consumo.

5. Discusiones

Los resultados de la investigación viene a confirmar, con ciertos matices, los resultados de investigaciones similares realizadas con anterioridad por los dos grupos de investigación responsables de este estudio. En concreto, sobre la perspectiva poliédrica de las motivaciones de los estudiantes para cursar los estudios de Periodismo, en esta y en otras investigaciones anteriores, se pone de manifiesto que su interés por los contenidos periodísticos y el hecho de que sea una profesión atractiva y poco rutinaria, son elementos que se tienen en cuenta los alumnos a la hora de fundamentar su elección por estos estudios (Peinado y Fernández Sande, 2011).

La relatividad de la vocación por el periodismo es también coincidente con otras investigaciones similares (Pérez Serrano et al., 2013; Ortiz Sobrino, 2012). Así, en el trabajo de campo llevado a cabo con los alumnos madrileños y aragoneses en el curso 2013/2014 se detecta una ligero descenso en la valoración media de la vocación como fundamento de la elección de sus estudios, frente a otros como la afición por escribir y porque ven el ejercicio del periodismo como una forma de conocer otras culturas y países.

La falta de independencia de los periodistas y la influencia de la política también que se pone de manifiesto en los resultados de investigación, han sido confirmados en términos





similares en el último Informe sobre la Profesión Periodística de la Asociación de la Prensa de Madrid (Palacios, 2014; 46-47).

Los principales paradigmas profesionales de los estudiantes se encuentran en los medios audiovisuales, pero mientras en que en 2014 los referentes se inclinaban hacia el lado de los profesionales de la radio, un año antes los profesionales de referencia entre los estudiantes se situaban en la televisión. Tanto en 2013, como en 2014 se confirma el poco peso de blogs y otras manifestaciones de comunicación digital, como soportes de comunicación donde encontrar patrones profesionales para los alumnos.

Aunque el último estudio sobre la situación de empleo en el sector periodístico apunta a un cierto repunte del mercado laboral, tal y como sostiene Palacios (2014), la situación generalizada de desempleo y en particular la crisis tan importante que atraviesan los medios de comunicación, están influyendo en las pocas expectativas laborales de los estudiantes de Periodismo (Marta-Lazo et al., 2014). No obstante, en las investigaciones de Sierra (2010) y las anteriores realizadas por el grupo MediacomUCM en 2013, los alumnos coinciden en la opinión de que su formación, su competencia laboral y su talento profesional pueden hacer cambiar su futuro profesional en los medios de comunicación.

En todo caso, conviene resaltar que los resultados de una investigación de estas características se deben completar con otros de carácter cualitativo, obtenidos a través de "focus group" porque pueden completar la información. Así ha ocurrido en investigaciones anteriores cuando en el trabajo de grupo se les preguntaba sobre la influencia política sobre los medios y la respuesta ponía de manifiesto que era, sobre todo, entre los responsables de los medios y no tanto en los periodistas, donde se daba esa influencia (Pérez Serrano et al., 2013).

6. Bibliografía

- Alberich, J.; Guarinos, V. & Mañas, S. (2009). Adaptación al EEES del Título de Grado en Comunicación. *Revista Icono14*, vol. 7, núm. 3, pp.113-130. Recuperado el día 10 de noviembre de 2014 de www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/viewFile/306/183
- Farias Batlle, P. (2010). La credibilidad, el mejor salvavidas. En Farias Batlle, P. (dir.): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2010* (pp. 15-19). Madrid: APM.
- Farias Batlle, P. (dir.) (2011). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: APM.





Fonseca Muñoz, B.; Brull González, M.; Morais, F.; Belchior C. & Vieira, S. (2014). La formación de los profesionales de Comunicación Social en la Universidade UJES. Escuela Superior Politécnica de Bié en la República de Angola. *Actas VI Congreso Latina de Comunicación Social*. Recuperado el 10 de diciembre de 2014 de www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_convocatoria_6_congreso.html

Garza Sánchez, J. & Lizeth Campos, I. (2014). Perfil y aspiraciones del estudiante de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación: estudio del caso de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL. *Actas VI Congreso Latina de Comunicación Social*. Recuperado el 10 de diciembre de 2014 de www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_convocatoria_6_congreso.html

Humanes, M. & Roses, S. (2014): Valoración de los estudiantes sobre la enseñanza del Periodismo en España, en *Comunicar*, núm. 42, pp. 181-188.

López García, X. (2010). La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 65, pp.231-243. Recuperado el 10 de diciembre de 2014 de http://www.revistalatinacs.org/10/art2/896_Santiago/18_Xose.html DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-896-231-243.

Marta-Lazo, C. (2009). El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES: Presentación. *Revista Icono 14*, Vol. 7, núm. 14, pp.1-7. Recuperado el 12 de noviembre de 2014 de www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/492

Marta-Lazo, C. & González Aldea (2012). El aprendizaje-servicio, una herramienta para el desarrollo profesional de la responsabilidad social del periodista. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. Extra 18, 2, pp. 577-588.

Marta-Lazo, C. & Vadillo Bengoa, N. (coord.) (2013). *Evaluación de la implantación del EEES en los estudios de Comunicación*. La Laguna (Tenerife): Cuadernos Artesanos de Latina (34).

Marta-Lazo, C.; Ortiz Sobrino, M.A. & Peinado Miguel, F. (2014). Percepción del Espacio Europeo de Educación Superior de los titulados en Periodismo de la Universidad de Zaragoza y la Universidad Complutense de Madrid. *Actas VI Congreso Latina de Comunicación Social*. Recuperado el 10 de diciembre de 2014 de: www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_convocatoria_6_congreso.html





- Mas Tous, C. & Medinas Amorós, M. (2007). Motivaciones para los estudios universitarios. *Anales de psicología*, vol. 23, núm. 1, pp. 17-24. Recuperado el 5 de noviembre de 2014 de www.revistas.ucm.es
- Murciano, M. (2010). La transformación de los estudios de comunicación en España Nuevo contexto europeo de los estudios universitarios y enseñanzas para favorecer un espacio de cooperación iberoamericano. *Diálogos de la Comunicación*, núm. 79, pp. 11-10. Recuperado el 10 de septiembre de 2014 de dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3718923 Tous
- Núñez Pérez, J.; Valle, A.; Cabañach, R.; González-Pinada, J.; Rodríguez, S.; Muñoz, M. & Rosar, P. (2009). Perfiles motivacionales en los estudios universitarios. *Revista de Psicología y Educación*, vol. 1, núm. 4. Recuperado el 10 de diciembre de 2014 de www.revistadepsicologiayeducacion.es/index.php/descargasj/.../111.html
- Ortiz Sobrino, M.A. (2012). Principales señas de identidad de los estudiantes de Comunicación en el EEES de la Comunidad de Madrid en 2012: expectativas, perfil de opción y relaciones mediáticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 18, especial noviembre, pp. 661-670. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40945
- Pérez Serrano, M.J. ; Ortiz Sobrino, M. A. & Rodríguez-Barba, D. (2013). Motivaciones para el acceso a los estudios de Comunicación en relación a los hábitos de consumo y las referencias mediáticas. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 4, núm. 2, pp. 189-208. DOI: 10.14198/MEDCOM2013.4.2.10
- Pérez Serrano, M. J., Marta-Lazo C. & Ortiz Sobrino M.A. (2014). Expectativas laborales de los egresados en Comunicación. Análisis de caso de los alumnos de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. *Doxa Comunicación* (en prensa).
- Palacios, L. (dir.) (2013). *Informe Anual de la Profesión Periodística, 2013*. Madrid: APM.
- Palacios, L. (dir.) (2014). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: APM.
- Peinado Miguel, F. & Fernández Sande, M. (2011). Reflexión sobre la motivación de los alumnos de Grado en la elección de estudios de comunicación en las universidades de Madrid. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 17, núm. 2., pp. 383-400. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2011.v17.n2.38121





Real, E. (2009). Los estudios de Periodismo y el EEES ¿avance o retroceso?. *Revista Icono14*, vol. 7, núm. 3, pp. 08-34. Recuperado el 20 de diciembre de 2014 de www.icono14.net

Real, E. (2009b). La identidad del periodista en el futuro Estatuto profesional, entre la confusión y la desprofesionalización. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 15, pp. 79-94. Recuperado el 20 de diciembre de 2014 de revistas.ucm.es › Inicio › Vol 15 (2009) › [Rodríguez](#)

Sierra Sánchez, J. (2010). Competencias profesionales y empleo en el futuro periodista. *Revista Icono14*, vol. 8, núm. 2, pp. 156-175. Recuperado el 22 de diciembre de 2014 de www.icono14.net › Inicio › Vol. 8, núm. 2 (2010) › [Sierra Sánchez](#)

Tejada, C. M. (2003). Perfil, motivaciones y expectativas de los alumnos de primer curso de la escuela de Biblioteconomía y Documentación de la UCM. *Revista General de Información y Documentación*, vol. 13, núm. 1, pp. 195-211.

Túñez López, M.; Martínez Solana, I. & Abejón Mendoza, P. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm.16, pp. 79-94.

Vadillo, N., Marta-Lazo, C. y& Cabrera, D. (2010). Proceso de adaptación de los estudios de Comunicación al EEES. El caso de Aragón, una comunidad pionera. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 65, pp. 187-203. Recuperado el 10 de noviembre de 2014 de www.revistalatinacs.org/10/art/892_Zaragoza/14_Nerea.html

Varela Neira, C.; Benito Torres, J. & Cerrato Salas, C. (2009). La motivación de los alumnos como instrumento clave en el Espacio Europeo de Educación Superior, evaluación de una experiencia docente. *VII Jornadas de redes de investigación en docencia universitaria: la calidad de los procesos de enseñanza/aprendizaje universitario desde la perspectiva del cambio*. Universidad de Alicante. España. pp. 505-513. Recuperado el 10 de diciembre de 2014 de www.eduonline.ua.es/jornadas2009/comunicaciones/6C7.pdf

Otros documentos:

- CAM. Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid (2013). *Informe del proceso de ingreso y matriculación. Universidades de la Comunidad de Madrid 2012-2013*. CAM. Madrid. España.



- EMES (2014). ESPACIO MADRILEÑO DE EDUCACIÓN SUPERIOR. *Matriculaciones en el curso 2011/2012 en las Universidades de Madrid*. Recuperado el 12 de diciembre de 2014 de www.emes.es/.

Forma de citar este artículo en bibliografías

PEINADO Y MIGUEL, F; MARTA-LAZO, C. y ORTIZ-SOBRINO, M. A. (2015): “Los alumnos de Periodismo de la Universidad de Zaragoza y la Universidad Complutense de Madrid: Impulso vocacional, referencias mediáticas y perspectivas profesionales”, en *Revista PANGEA*, 6, páginas 1 a 22. Red Académica Iberoamericana de Comunicación. Recuperado el ___ de _____ de 2_____ de: <http://www.revistapangea.org>

