CUADERNOS.INFO Nº 47
Versión electrónica: ISSN 0719-367x
http://www.cuadernos.info
https://doi.org/10.7764/cdi.47.1903

BY-SA

Recibido: 20-12-2019 / Aceptado: 21-07-2020

Las prácticas en empresas de los estudiantes de Periodismo en España: diferencias entre medios y gabinetes de comunicación

Internships in Journalism education: the differences between media outlets and PR companies

Estágios em empresas dos estudantes de Jornalismo na Espanha: diferenças entre meios de comunicação e gabinetes de comunicação

Bernardo Gómez-Calderón, Universidad de Málaga, Málaga, España (bjgomez@uma.es)
Manuel García-Borrego, Universidad de Málaga, Málaga, España (manoletus@uma.es)

RESUMEN | En todo el mundo, la formación universitaria en Periodismo suele incorporar prácticas curriculares o extracurriculares como vía prioritaria de socialización profesional de los futuros egresados. A través de ellas, los alumnos adquieren destrezas y conocimientos que aplicarán a lo largo de toda su carrera. En esta investigación se analiza la experiencia de los estudiantes de Periodismo que realizan prácticas en medios y en gabinetes de comunicación, contraponiendo ambos sectores en cuanto a condiciones de trabajo, rutinas profesionales y nivel de satisfacción de los alumnos. El trabajo de campo se basa en un cuestionario realizado a estudiantes de las universidades españolas de Málaga y Complutense de Madrid (n=208) que habían realizado prácticas durante el último año. Los resultados muestran que las prácticas en gabinetes suelen caracterizarse por una mayor remuneración, jornadas más reducidas y menor número de tareas diarias, entre otras constataciones. Asimismo, son más frecuentes en los departamentos de comunicación los contactos con el tutor de empresa y las correcciones de textos, en tanto que no resultan tan habituales los dilemas éticos ni las presiones por parte de superiores, instituciones o anunciantes. De ahí que el nivel de satisfacción de los alumnos resulte mayor en este sector que en el de los medios, pese a lo cual son pocos los que muestran la determinación de dedicarse en el futuro al ámbito de la comunicación corporativa.

PALABRAS CLAVE: prácticas en empresas; rutinas profesionales; gabinetes; medios de comunicación; periodismo.

FORMA DE CITAR

Gómez-Calderón, B. & García-Borrego, M. (2020). Las prácticas en empresas de los estudiantes de Periodismo en España: diferencias entre medios y gabinetes de comunicación. *Cuadernos.info*, (47), 162-183. https://doi.org/10.7764/cdi.47.1903

abstract | *All over the world, journalism programs have steadily incorporated internships as a priority route for the professional socialization of future graduates. Via this learning stays, students acquire the skills and knowledge that they will apply throughout their career. This paper analyzes the experience of journalism students doing their internships in media outlets and those in PR companies, comparing both groups in terms of working conditions, professional routines, and satisfaction levels. The fieldwork is based on a questionnaire sent to Spanish undergraduates who had conducted their internships in the universities of Málaga and Complutense of Madrid (n=208). The results show that PR company internships tend to be characterized by a higher remuneration, reduced working hours, fewer news pieces produced per day and a greater time availability to develop each of them, among other findings. Furthermore, contacts with the company's tutor and supervision of texts are both more frequent in PR companies, while ethical dilemmas and pressures from the higher-ups and advertisers are less common. Hence, the level of satisfaction is higher than in media outlets, in spite of the fact that only a few students show real interest to pursue a career in the field of corporate communications.*

keywords: *media internships; media routines; PR departments; media; journalism.*

RESUMO | Em todo o mundo, a formação universitária em Jornalismo tende a incorporar práticas curriculares ou extracurriculares como forma prioritária de socialização profissional para futuros graduados. Por meio delas, os alunos adquirem habilidades e conhecimentos que aplicarão ao longo de sua carreira. Este artigo analisa a experiência de estudantes de Jornalismo que realizam estágios na mídia e nos gabinetes de comunicação, contrastando ambos setores com respeito a condições de trabalho, rotinas profissionais e nível de satisfação dos alunos. O trabalho de campo é baseado em um questionário realizado para estudantes das universidades espanholas de Málaga e Complutense de Madrid (n=208) que concluíram estágios no último ano. Os resultados mostram que os estágios em gabinetes geralmente são caracterizados por uma maior remuneração, jornadas mais curtas e menos tarefas por dia, entre outras constatações. Além disso, são mais frequentes nos departamentos de comunicação os contatos com o tutor da empresa e as correções de texto, enquanto pressões exercidas pelos superiores, instituições ou anunciantes e dilemas éticos não são tão comuns. Portanto, o nível de satisfação do aluno é maior neste setor do que na mídia, apesar de poucos mostrarem a determinação de se dedicar no futuro ao campo da comunicação corporativa.

PALAVRAS-CHAVE: estágios de mídia; rotinas de mídia; departamentos de relações públicas; mídia; Jornalismo.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

El sistema de prácticas en el grado en Periodismo

Las prácticas en empresas, pese a ser una actividad generalizada, presentan en cada país ciertas características diferenciales. En España, se regulan por el Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, que amplía la primera normativa aprobada al respecto, el Real Decreto 1497/1981, de 19 de junio, y establece los preceptos mínimos a partir de los cuales las universidades desarrollan posteriormente sus respectivos convenios con las entidades colaboradoras. De modo genérico, las prácticas se realizan durante los dos últimos años de carrera, una vez superado el 50% de los créditos de la titulación, y presentan, en el caso de Periodismo, una duración mínima de tres meses, con la posibilidad de sucesivas prórrogas. En lo que respecta a las condiciones de trabajo, el Real Decreto se muestra impreciso: en el epígrafe referido a los horarios, señala que "se procurará que [las prácticas] sean compatibles con la actividad académica, formativa y de representación de los estudiantes" (artículo 5) (Real Decreto 592/2014, 2014), sin que tal compatibilidad suponga una imposición para las empresas asociadas. Asimismo, nada dice la norma a propósito de la remuneración de los estudiantes, dejando su reglamentación al criterio de cada universidad. El resultado es que son muy pocas las que estipulan algo a este respecto: de las 38 que imparten periodismo en España, solo cinco —Pompeu Fabra, Autònoma de Barcelona, Carlos III de Madrid, Málaga y Sevilla— establecen requisitos económicos precisos.

Dependiendo del ámbito geográfico al que atendamos, las prácticas se sitúan en un momento diferente de la carrera y se prolongan de distinta forma: en Suecia y Noruega, por ejemplo, suelen desarrollarse en los últimos cursos y abarcar hasta seis meses (Willig, 2016), mientras que en Dinamarca la duración es de un año o año y medio, y están ubicadas en el ecuador del grado (Gravengaard & Rimestad, 2014). En Alemania comienzan una vez finalizados los estudios universitarios y se denominan *voluntariat*, pudiendo alcanzar hasta 24 meses (Fröhlich & Holtz-Bacha, 2009).

Tampoco presentan las prácticas un patrón homogéneo en cuanto a remuneración, siendo esta elevada en los países nórdicos (por ejemplo, los *novice journalists* daneses ingresan al mes 2700 dólares, equivalentes a 60% del salario medio nacional), escasa en Alemania e inexistente, por poner un ejemplo, en Canadá, aunque este aspecto difiere de unas provincias a otras (Salamon, 2015).

También hay países —singularmente, Reino Unido y Estados Unidos— donde las prácticas, pese a estar vinculadas al grado, carecen de una normativa específica, con lo que es difícil determinar de modo genérico las condiciones bajo las cuales se desarrollan (Willig, 2016).

Algo parecido ocurre en el ámbito latinoamericano, donde las prácticas forman parte del currículo de la mayoría de las facultades donde se imparte Periodismo, pero son los propios alumnos quienes deben contactar con las empresas y acordar los términos de su colaboración, de modo que las condiciones difieren notablemente de unos centros a otros. Así lo documenta Del-Arco (2015) en universidades, tanto públicas como privadas, de México, Perú, Nicaragua, Ecuador y Chile.

Un rasgo que comparten todos los sistemas de prácticas integrados en el itinerario formativo de Periodismo, no importa el área geográfica a la que atendamos, es su naturaleza académica en lugar de laboral, lo cual conlleva que quienes realizan sus estancias en medios o departamentos de comunicación carezcan de cualquier tipo de cobertura más allá del seguro estudiantil (Gollmitzer, 2014).

Paradójicamente, esta situación de precariedad suele ir de la mano de otra característica común a todos los casos analizados: el elevado nivel de exigencia al que están sometidos los alumnos, que con frecuencia desempeñan labores propias del personal contratado, y durante el mismo número de horas al día; así lo recogen Lamuedra (2007), Standing (2011), Segarra, Páramo y Puebla (2012), García-Borrego & Roses (2016) y García-Madariaga y Arasanz-Esteban (2019), entre otros.

Acercamientos genéricos al objeto de estudio

Es posible detectar en los últimos años un aumento del interés de los investigadores por el estudio de las prácticas extracurriculares asociadas al grado de Periodismo. Aun así, el número de trabajos del que disponemos es limitado, y por lo general o bien no discriminan entre los distintos tipos de empresas o bien se centran en la experiencia en medios de comunicación, sin detenerse a analizar los rasgos divergentes que para los estudiantes pueda ofrecer el desempeño en gabinetes.

En España, un primer acercamiento al ámbito de las prácticas lo firmaron, hace casi dos decenios, Cantalapiedra, Coca y Bezunartea (2000). Sus conclusiones dejaban constancia ya de una característica que parece intrínseca al sistema: la realización por parte de los alumnos de tareas propias de redactores de plantilla, pese a que en la mayoría de los casos las prácticas carecían de remuneración. Afloraba en las empresas analizadas, radicadas todas en el País Vasco, un volumen excesivo de estudiantes, lo que llevaba a los autores a plantearse la posibilidad de que el mercado de trabajo entrara en una espiral recesiva, pues los medios podrían abstenerse de contratar a nuevos redactores si sus labores eran asumidas, sin ningún tipo de contraprestación económica, por el personal en formación.

Algún tiempo después, Blanco (2005), tomando como base una encuesta realizada a 40 alumnos de la Universidad de Málaga, alertaba sobre otra particularidad que por desgracia parece generalizada en este ámbito: la duración excesiva de las

jornadas, que vulnera sistemáticamente los horarios estipulados por convenio. Esta circunstancia, así como el hecho de no haber percibido remuneración en 35% de los casos, no impedía que los entrevistados por Blanco mostraran un elevado índice de satisfacción con las prácticas (90% de puntuaciones positivas), ya que consideraban que eran la forma idónea de acceder a un contrato, a corto o medio plazo, reforzando así la condición de vía preferente de inserción laboral que atribuíamos anteriormente a esta actividad.

Además de las prácticas externas, las más comunes, existen otras denominadas curriculares, que forman parte de los planes de estudios de las titulaciones españolas y suelen desarrollarse en el último año de carrera. A estas presta atención Lamuedra (2007), en un análisis de 100 memorias de estudiantes de la Universidad Carlos III de Madrid que arroja pocas sorpresas: pese a que esta modalidad de iniciación a la profesión está sujeta a controles más exigentes que las prácticas extracurriculares, la autora identifica en ella los mismos problemas que en el resto, esto es, jornadas excesivamente prolongadas y un volumen de tareas similar al del personal contratado.

La letra de los convenios, sin embargo, no permite intuir por lo general estas disfunciones. Así se desprende de los trabajos de Ortiz-Sobrino, Peinado-Miguel y Zapata-Palacios (2014) y Pérez-Serrano et al. (2015), que, a partir del estudio de 1396 ofertas de prácticas convocadas por la Universidad Complutense de Madrid, concluyen que la jornada media de los estudiantes se sitúa en 5,3 horas —una cifra razonable, aunque se intuya poco realista—. Más allá de las condiciones oficiales, los autores denuncian como principal deficiencia del sistema el hecho de que no existan controles que eviten la sustitución encubierta de trabajadores, algo que parece frecuente en el ámbito autonómico analizado.

El eje remuneración-horarios vuelve a ser abordado en dos publicaciones recientes, firmadas por García-Borrego y Roses (2016) y García-Borrego, Roses y Farias (2017). Tomando como punto de partida un cuestionario realizado a alumnos de medios y gabinetes radicados en Málaga (n=33), los autores ofrecen algunos parámetros objetivos que apuntan a un claro desfase entre el trabajo encomendado y la compensación económica recibida durante las prácticas: la mayor parte de los entrevistados (63,7%) percibe entre 301 y 400 euros al mes, pero sus jornadas alcanzan cotas cercanas a las de cualquier redactor de plantilla (6,6 horas en promedio). Quizá debido a ello, la valoración de las condiciones de las prácticas resulta en conjunto baja —no alcanza el aprobado en 30% de los casos—, aunque la satisfacción global manifestada por los estudiantes, como en Blanco (2005), sea muy superior.

Más allá del ámbito español, tampoco las estancias formativas en empresas de comunicación han merecido la atención continuada de la academia, como advierten Gollmitzer (2014) y Salamon (2015), pese a que, en la totalidad de los países estudiados, no se concibe la formación superior en Periodismo sin un periodo de prácticas extracurriculares durante el cual los estudiantes perfeccionen los conocimientos y destrezas adquiridos en las aulas.

Sin embargo, quizá debido a su definitiva institucionalización, en los últimos años sí han visto la luz acercamientos internacionales de finalidad descriptiva (Fröhlich & Holtz-Bacha, 2009; Standing, 2011; Willig, 2016), muy útiles a la hora de establecer modelos comparativos, junto con otros que centran su atención en el impacto que las prácticas tienen entre los alumnos, en especial en lo que respecta al modo en que estos interiorizan las rutinas profesionales, al fin y al cabo la base del quehacer periodístico. En esta línea de investigación, Gravengaard & Rimestad (2014) plantean que buena parte del proceso de enseñanza-aprendizaje se produce tácitamente, asimilando los futuros redactores las pautas de trabajo sin que haya una transmisión explícita por parte del personal de redacción.

También se han abordado los valores y aspiraciones de los estudiantes que disfrutan de periodos de prácticas, y su evolución con el transcurrir de los años. En relación con ambas cuestiones, Bjørnsen, Hovden y Ottosen (2007) concluyen que los alumnos, a medida que acumulan experiencia, suelen pasar de una concepción idealista de la profesión a otra más pragmática, despojándose de algunos de los principios que animaban su vocación inicial.

Medios vs. gabinetes: una contraposición poco explorada

Hasta la fecha, apenas se ha prestado atención a las diferencias que, desde el punto de vista laboral, separan el trabajo en medios del desempeño en gabinetes o empresas de comunicación, ni tomando como referencia a profesionales de plantilla ni, mucho menos, atendiendo a estudiantes en prácticas. Los análisis que incluyen en su muestra a trabajadores de uno y otro ámbito, además, no suelen hacer distinciones entre ellos y tratan los datos de manera agregada, impidiendo calibrar las divergencias que pudieran darse según la naturaleza de las entidades.

No obstante, en el último decenio han aparecido investigaciones en España que, siquiera de modo tangencial, permiten detectar rasgos contrapuestos en las condiciones y rutinas que presiden el trabajo en cada uno de estos segmentos.

Así, un estudio auspiciado por el Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (Rodríguez-Piñero, Cruz, & De Soto, 2008) encontraba en el sector regional de la comunicación patrones diferenciados: mientras que la retribución global

predominante oscilaba entre los 1000 y los 1500 euros, el grupo más numeroso de los profesionales empleados en gabinetes (36%) declaraba unos ingresos mensuales superiores, de entre 1500 y 2000. Por tipo de empresa, eran también estos últimos los que mostraban un nivel de satisfacción más alto con su trabajo (7,3 puntos sobre 10), frente a quienes se desempeñaban en medios de comunicación.

Del mismo modo, en un trabajo sobre las consecuencias de la crisis que tomaba como base mil encuestas realizadas a miembros de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) Roses (2011) detectaba que los empleados de gabinetes eran, junto a los de televisión, los que gozaban de mejor sueldo, muy por encima de los de prensa digital, radio y revistas.

Por su parte, Túñez y Martínez-Solana (2014), partiendo de una encuesta a periodistas radicados en Galicia (n=673), destacaban que todos los profesionales, excepto los que trabajaban en gabinetes y en televisión, elaboraban cinco o más informaciones al día. Sin embargo, incluso entre estos dos grupos existían notorias diferencias: mientras que en las cadenas de televisión la mayoría solía realizar entre tres y cuatro piezas diarias, en los departamentos de comunicación la cifra caía a entre una y dos.

Esta rutina aparentemente más descongestionada tenía su correlato también en materia de satisfacción profesional. Así, en una batería de siete ítems, los empleados de gabinetes eran los más conformes en cuanto a expectativas de futuro, clima de trabajo, reconocimiento en el seno de la empresa, medios disponibles y condiciones laborales. En actividad y en salario ocupaban la segunda posición, superados, respectivamente, por los periodistas digitales y los de televisión.

Ya en el ámbito de las prácticas extracurriculares, García-Borrego y Gómez-Calderón (2018) concluían, de acuerdo con un cuestionario respondido por estudiantes de la Universidad de Málaga, que los alumnos que desarrollan sus prácticas en medios les dedican más horas al día que sus compañeros de departamentos de comunicación (6,6 por 5,1), elaboran más piezas (4,6 frente a 3) y disponen de menos tiempo para cada una de ellas (unos 50 minutos, por 75 del otro segmento). Asimismo, en los departamentos de comunicación los estudiantes parecen sufrir en menor medida las presiones de sus jefes, la necesidad de ser productivos, la falta de tiempo y de recursos materiales y el desconocimiento de los temas abordados. En consecuencia, su satisfacción es mayor en casi todos los aspectos contemplados por los autores: remuneración, estabilidad, horario, carga de trabajo, política de la empresa y relación con los compañeros o los superiores.

METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta las aportaciones académicas disponibles, esta investigación se diseñó con el propósito de profundizar en las divergencias existentes entre las prácticas que se realizan en medios de comunicación y las que se llevan a cabo en gabinetes, tomando como base la experiencia de los estudiantes del grado en Periodismo en España. Como primer objetivo específico (O1), se planteó determinar en qué medida difieren las condiciones generales a que se enfrentan los alumnos en un grupo de empresas y en el otro, específicamente en cuanto a horarios y a remuneración. En segundo lugar (O2), interesaba detectar las rutinas profesionales aplicadas de modo más frecuente en medios y en gabinetes, con especial atención a aquellos hábitos o situaciones que pudieran colisionar con los principios deontológicos de la profesión. Finalmente, se consideró pertinente indagar sobre el nivel de satisfacción manifestado por los estudiantes de uno y otro sector ante el modo en que se desarrollan las prácticas y el partido que de ellas extraen (O3).

Como método de investigación se consideró que el más apropiado era la encuesta mediante un cuestionario. Este se distribuiría en dos universidades españolas, la Complutense de Madrid (UCM) y la de Málaga (UMA), para aumentar el alcance del universo con respecto a otros estudios. Además de cumplir criterios de conveniencia, ambas instituciones resultaban interesantes por presentar características bien diferenciadas en cuanto a número de alumnos de nuevo ingreso (660 en Madrid, frente a los 130 de Málaga), ubicación geográfica (centro-sur del país) y grado de antigüedad de la titulación (la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM echó a andar en 1972; la de la UMA, veinte años después). Al focalizar nuestra atención en dos realidades académicas distintas, se pretendía conferir mayor consistencia a la muestra.

Para la elaboración del cuestionario sirvieron de referencia tanto publicaciones sobre prácticas en empresas periodísticas (Blanco, 2005; Lamuedra, 2007; Gollmitzer, 2014; Gravengaard & Rimestad, 2014; Salamon, 2015, entre otros) como trabajos relacionados con rutinas profesionales y condiciones laborales en el ámbito de la comunicación (Weaver & Willnat, 2012; Túñez & Martínez-Solana, 2014; Suárez-Villegas, 2015; Asociación de la Prensa de Madrid, 2018). El modelo final constaba de 29 preguntas de distinto tipo —abiertas, cerradas de respuesta múltiple y articuladas a través de escalas Likert— distribuidas en cuatro ejes temáticos: a) información de registro (sexo, edad, universidad de procedencia, duración total de las prácticas, últimas prácticas realizadas, empresa en las que se habían desarrollado y tamaño estimado de la redacción); b) condiciones de las prácticas (periodo de realización, sección informativa de adscripción en el caso de medios de comunicación y remuneración); c) rutinas profesionales (duración de la jornada, promedio de piezas realizadas al día, tiempo disponible para la

		Gabinetes	Medios
N		62 (29,8%)	146 (70,2%)
Mujer		69,4%	64,4%
Edad	Media (DT)	22,6 (1,67)	23 (2,08)
	Mediana y moda	22	23
Curso	Tercero	22,6%	22,6%
	Cuarto	51,6%	43,2%
	Créditos sueltos	8,1%	18,5%
De la UCM		69,4%	73,3%
Tamaño	Pequeño (1-20)	88,7%	45,8%
	Mediano (21-99)	8,1%	29,9%
	Grande (100 o más)	3,2%	24,3%
En verano		59,7%	71,9%

Tabla 1. Descripción de la muestra

Fuente: Elaboración propia.

redacción de cada texto, contactos con el tutor de empresa y el tutor académico, intervención en el enfoque de las piezas, correcciones y cambios impuestos por los superiores y presiones sufridas), y d) nivel de satisfacción, medido a partir de una batería de diez ítems.

El universo lo componían los alumnos que realizaron prácticas durante el curso 2017-2018, una cifra que en el caso de la Universidad Complutense de Madrid se situaba en 630 individuos y en la UMA alcanzaba los 89, según datos proporcionados por los servicios de empleabilidad de cada institución. Por medio del correo electrónico, se suministró el cuestionario a los estudiantes de las tres últimas promociones del grado en Periodismo de las citadas universidades en dos oleadas, la primera remitida el 15 de octubre de 2018 y la segunda, una semana después, el día 22. Finalmente, transcurrido un mes desde el primer envío, se cerró el cuestionario con un total de 227 respuestas, que tras la depuración de errores y duplicidades quedaron fijadas en 208.

Descripción de la muestra

El 65,9% de los encuestados eran mujeres (tabla 1), cifra que se corresponde con la tasa de matriculadas en los grados de Periodismo que se imparten en España. La edad media se situó en 22,9 años (DT=1,97), con máximos de 34 y mínimos de 22, aunque el grueso de la muestra se movía entre los 21 y los 24 (82,4% del total). Los alumnos de cuarto curso eran mayoría (45,7%), seguidos por los de tercero (22,6%), los que solo tenían pendientes créditos sueltos (15,4%), los que afirmaban haber finalizado sus estudios (11,5%) y los inscritos en másteres (4,8%). Más de la mitad (58,7%) había trabajado en empresas pequeñas —de uno a veinte empleados—, mientras que el resto lo había hecho en entidades medianas (23,3%) y grandes (18%).

Por sectores, las prácticas en medios representaban 70,2% del total, siendo las secciones más habituales en que estas se habían desarrollado las de Local (20,7% de los casos), Cultura (15,4%), Nacional (13,5%) y Sociedad (13%).

RESULTADOS

Datos de registro

Los medios parecen ligeramente más proclives que los gabinetes de comunicación a incorporar a hombres y a estudiantes veteranos. Esto último se observa no tanto en las pequeñas diferencias que registran la edad promedio o la mediana y la moda (23 años frente a 22), sino en los cursos de procedencia de los encuestados: en los medios son mucho más frecuentes los alumnos que han acabado el grueso de sus estudios pero mantienen el expediente abierto con créditos sueltos, hasta el punto de que casi uno de cada cinco declara encontrarse en esta situación.

En cuanto al tamaño de las empresas de acogida, se observa que la inmensa mayoría de los estudiantes que realizan prácticas en gabinetes lo hacen en corporaciones pequeñas (88,7%), mientras que en los medios hay mayor proporción de entidades medianas y grandes (combinadas suman un 54,2% del total). Las instituciones con más de cien empleados se concentran en la UCM, mientras que en Málaga son más habituales las de tamaño intermedio, algo lógico si tenemos en cuenta las dimensiones del sector de la comunicación en la provincia de adscripción de cada universidad.

Por otro lado, las prácticas en departamentos o agencias de comunicación se encuentran más extendidas en la UMA que en la UCM, y muestran en la primera una distribución más equilibrada a lo largo del año: 40,3% se desarrollan entre octubre y junio, doce puntos por encima de la tasa alcanzada en el segmento de los medios.

Condiciones de las prácticas

Los estudiantes que realizan prácticas en gabinetes reciben un 8% más de remuneración que sus compañeros de los medios, 315,05 euros (DT=173,00) frente a 291,73 (DT=137,84). También son superiores en este ámbito la mediana y la moda, registrándose en ambos casos 60 euros de diferencia.

Lo cierto es que la variable económica arroja una dispersión elevada. De ahí que el segundo registro más frecuente en el apartado de retribución sea el situado en el extremo inferior de la escala, el equivalente a cero euros, que es lo que declara percibir el 10,5% de los alumnos de departamentos de comunicación y el 11% de los de medios (todos ellos de la UCM, donde no existe un mínimo de ayuda establecido por convenio). La figura 1 muestra cómo, en los tramos que van de 351 a 750 euros, son mayoría los estudiantes de gabinetes, mientras que los de medios se distribuyen

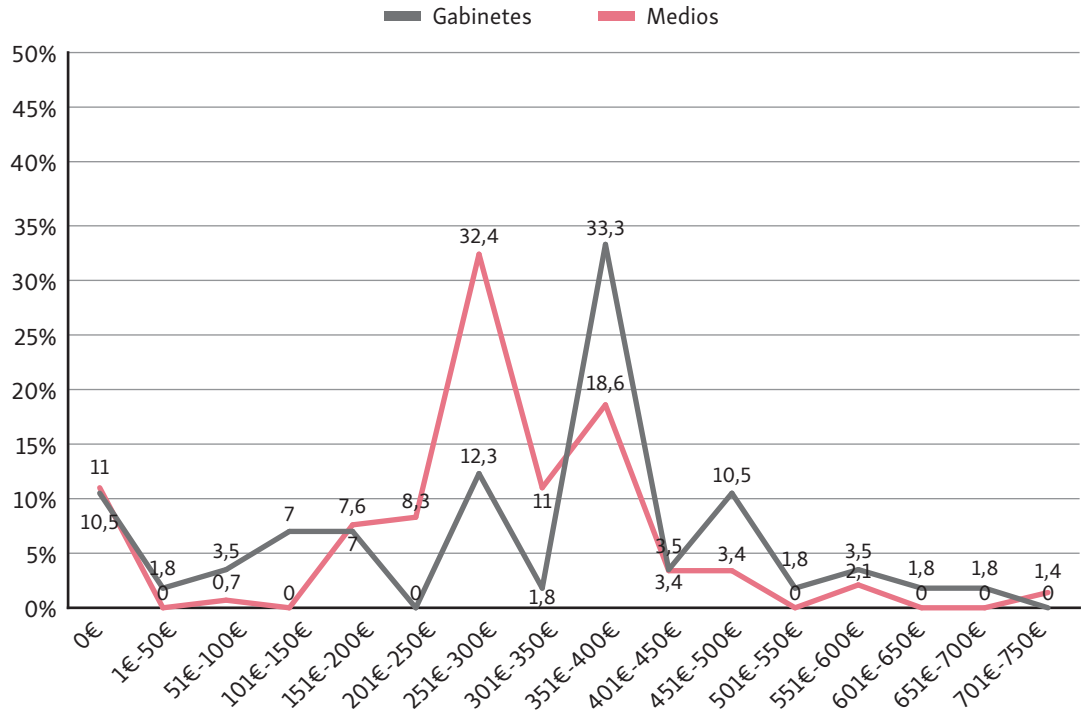

Figura 1: Rango de remuneración de las prácticas (% de casos)

Fuente: Elaboración propia.

en mayor medida en el rango comprendido entre 151 y 350. No obstante, existe un porcentaje apreciable de alumnos de empresas de comunicación que perciben entre 1 y 150 euros (12,3% del total), algo que no se detecta en el otro segmento.En relación con la duración de las jornadas y el número de piezas que se realizan al día, las diferencias resultan aún más consistentes (tabla 2): así, en conjunto, el horario de quienes disfrutan de prácticas en medios supera en 65 minutos al de los alumnos de gabinetes, sin que se registren diferencias apreciables en función de la universidad de procedencia de los encuestados. En el tramo que va de tres a cinco horas diarias se ubican con mayor frecuencia los estudiantes de gabinetes de comunicación, mientras que a partir de seis horas es más habitual encontrar a sus compañeros de los medios.

Una de las razones de esta divergencia puede radicar en el tipo de horarios. En los dos sectores predominan las jornadas continuas —de mañana o de tarde—, pero los turnos partidos son mucho más frecuentes en los medios (27,4%) que en los gabinetes (3,2%), propiciando que el cómputo global acabe resultando descompensado.

Por lo general, además, los alumnos que realizan prácticas en medios suelen elaborar 1,35 piezas más al día que sus compañeros dedicados a la comunicación corporativa. Dado que aquí el promedio se sitúa en 3 textos, tendríamos que en las redacciones se produce 45% más de material que en el otro segmento, fenómeno común a las dos universidades analizadas.

		Gabinetes	Medios
Horas diarias	Media	5h 05m (DT=0h 55m)	6h 11m (DT=1h 41m)
	Mediana	5h 00m	6h 00m
	Moda	5h 00m	5h 00m
Piezas diarias	Media	3,01 (DT=3,18)	4,36 (DT=3,47)
	Mediana	2	4
	Moda	1	2

Tabla 2. Condiciones de las prácticas en medios y gabinetes

Fuente: Elaboración propia.

Rutinas profesionales

En torno a una cuarta parte de los estudiantes encuestados propone siempre los temas sobre los que va a trabajar. Sin embargo, en gabinetes hay una proporción mayor de alumnos que nunca lo hace (14,5% frente a 9%) o solo rara vez (27,4%, por 20,7%), lo que evidencia una dinámica de trabajo inicialmente más autónoma en los medios que, sin embargo, no parece trasladarse a otras fases de la elaboración de los contenidos, ya que el 13,7% de los encuestados del sector afirma que nunca opina sobre los enfoques (14,5% en empresas de comunicación).

Entre las rutinas profesionales que entran en juego en las prácticas, la labor orientadora ejercida por quienes tienen encomendadas tareas de tutorización, o incluso por los propios compañeros de plantilla, reviste una importancia crucial ya que de ella depende, en muchos casos, el aprendizaje efectivo por parte de quienes se están iniciando en el ejercicio profesional. Esto suele traducirse en la revisión de las piezas elaboradas por los estudiantes, que de acuerdo con los resultados del cuestionario se realiza con menor asiduidad en los medios que en los gabinetes. También difieren los motivos de corrección (tabla 3): mientras que en las redacciones suele ir encaminada a captar el interés de la audiencia o centrarse en cuestiones de estilo, ortografía y gramática, en los departamentos de comunicación es más corriente la edición para incrementar el sesgo de las piezas o para dotarlas de mayor precisión.

Del mismo modo, se detectan divergencias en lo referido al contacto de los alumnos con sus dos tutores, el profesional —designado por la empresa y encargado del seguimiento diario de la labor desarrollada durante las prácticas—, y el académico —responsable seleccionado por la universidad—. Según apuntan los encuestados, es el tutor profesional el que mantiene una relación más fluida con ellos, pero las diferencias son ostensibles en función de la naturaleza de la empresa: así, en los gabinetes, la mayoría de los estudiantes recurre a él a diario (53,2%, más del doble

	Gabinetes	Medios
Reducir el sesgo	3,4%	2,2%
Incrementar el sesgo	11,9%	6,5%
Captar el interés de la audiencia	20,3%	27,3%
Dotar de precisión	49,2%	43,9%
Estilo / ortografía / gramática	44,1%	54,7%

Tabla 3. Razones de las correcciones a sus piezas

Fuente: Elaboración propia.

	Tutor profesional		Tutor académico	
	Gabinetes	Medios	Gabinetes	Medios
No lo conoce	4,8%	11,6%	46,8%	45,2%
Nunca	8,1%	27,4%	46,8%	50%
Una vez al mes	3,2%	14,4%	3,2%	4,1%
Varias veces al mes	6,5%	7,5%	1,6%	0%
Una vez a la semana	1,6%	4,1%	0%	0,7%
Varias veces a la semana	22,6%	11%	0%	0%
A diario	53,2%	24%	1,6%	0%

Tabla 4. Frecuencia de las consultas con los tutores

Fuente: Elaboración propia.

que en medios), mientras que en las redacciones predominan los que nunca han tratado con su tutor (27,4%, frente a 8,1% en empresas de comunicación) (tabla 4).

El responsable académico, por su parte, desempeña un rol subsidiario en ambos casos, ya que 93,6% de los alumnos de prácticas en gabinetes no lo conoce o nunca ha trabado contacto con él, cifra que alcanza 95,2% en el otro segmento analizado.

Atendiendo a los dilemas éticos que afrontan los estudiantes durante sus prácticas (figura 2), el cuestionario revela que más de la mitad de los que se desempeñan en medios (57,5%) ha firmado algún texto que le desagradaba por los cambios impuestos con respecto al original, y de ellos, 41,7% lo ha hecho siempre o habitualmente. En los departamentos de comunicación, estas cifras bajan a 47,5% en el primer caso y a 24,2% en el segundo.

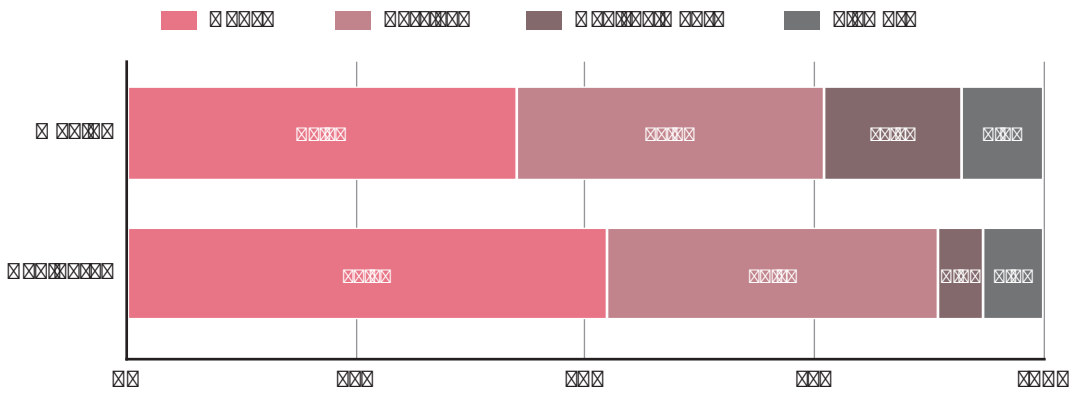

Figura 2: Ha firmado algo que le desagrada por los cambios con respecto al original

Fuente: Elaboración propia.

Por lo que respecta a otras cuestiones deontológicas, los resultados se presentan más igualados. Así se observa en la tasa de alumnos que han realizado tareas contrarias a su ética (50% en medios, 41,9% en gabinetes) o en la de aquellos que, además, lo han hecho de modo habitual (13%, por 9,7%). Ante este tipo de situaciones, los estudiantes de los departamentos de comunicación parecen mostrarse más proclives a argumentar su posición ante los responsables de la empresa (72% de casos frente a 68,6%), y también a buscar el apoyo de sus compañeros (50%, por 39,1%).

Satisfacción con las prácticas

De los diez ítems que conformaban la escala de satisfacción con las prácticas recogida en el cuestionario (c.=0,840), en cinco son los alumnos de gabinetes los que se muestran más conformes, mientras que los de medios destacan claramente solo en una variable. En el resto, las distancias se antojan insuficientes si se establece un umbral mínimo de 10% (véase tabla 5).

Así pues, quienes han trabajado en departamentos de comunicación declaran sentirse más satisfechos con la labor del tutor de empresa (23,1% más de media), con los horarios (+19,1%), con la estabilidad de su puesto (+17,1%), con la carga de tareas (+11,3%) y con la remuneración percibida (+23,4%). Los estudiantes de medios valoran mejor únicamente las relaciones mantenidas con el resto de los miembros de la redacción, tanto los de su misma categoría como los más veteranos.

Pese a todo, estos últimos muestran un mayor sentimiento de pertenencia al sector en el que han realizado las prácticas: solo 5,5% querría dar el salto a la comunicación institucional, mientras que uno de cada cuatro estudiantes de gabinetes preferiría cambiar y continuar su carrera en un medio. Además, los que se desempeñan en redacciones tienen mucho más claro que desean seguir realizando este tipo de trabajo: así lo afirma 67,1% de ellos, frente a una tasa mucho más reducida de alumnos de gabinetes que permanecerían en su segmento (32,8%).

	Gabinetes	Medios	Dif.
Satisfacción con el tutor de empresa	3,46	2,81	▲ +23,1%
Satisfacción con el tutor académico	1,78	1,66	▲ +7,2%
Satisfacción con los trabajadores de la empresa	3,8	4,03	▼ –5,7%
Satisfacción con los otros estudiantes en prácticas	3,48	3,95	▼ –11,9%
Satisfacción con los superiores	3,25	3,29	▼ –1,2%
Satisfacción con los horarios	3,87	3,25	▲ +19,1%
Satisfacción con la estabilidad de su beca	3,08	2,63	▲ +17,1%
Satisfacción con su carga de trabajo	3,44	3,09	▲ +11,3%
Satisfacción con las oportunidades de promocionar	2,17	2,32	▼ –6,5%
Satisfacción con la remuneración	2,48	2,01	▲ +23,4%

Tabla 5. Medias de satisfacción en gabinetes y medios

Fuente: Elaboración propia.

	Gabinetes	Medios
Quiere quedarse en su empresa	14,8%	21,9%
Quiere cambiar de empresa pero no de sector (medios/gabinetes)	18%	45,2%
Quiere cambiar de sector (de medios a gabinetes o viceversa)	23%	5,5%
No lo tiene claro	37,7%	22,6%
Quiere dejar el campo de la comunicación	6,6%	4,8%

Tabla 6. Expectativas de futuro de los alumnos que han realizado prácticas

Fuente: Elaboración propia.

En este grupo, de hecho, predomina la incertidumbre —casi una cuarta parte no tiene claro qué hacer en el futuro—; en los medios, por el contrario, la postura más común es la de querer cambiar de empresa, pero desarrollando funciones similares a las ejercidas durante las prácticas (tabla 6).

CONCLUSIONES

El análisis de las variables contempladas en el cuestionario ha permitido establecer numerosas divergencias en las prácticas de los alumnos de Periodismo según se desarrollen en medios o en gabinetes de comunicación. La impresión general es que un tipo de entidad y otro procuran a los estudiantes experiencias profesionales muy distintas, y aunque el sector de la información corporativa exhibe, en conjunto, indicadores más positivos, con el consiguiente incremento del nivel de satisfacción de los estudiantes, lo cierto es que eso no parece influir en las expectativas de futuro manifestadas por los encuestados.

Nuestro primer objetivo (O1) se centraba en confrontar las condiciones laborales básicas de las prácticas en medios y en departamentos de comunicación. Siguiendo un patrón constante, estos últimos presentan mejores promedios en todos los aspectos analizados: mayor remuneración, jornadas más reducidas y concentradas en horario de mañana o de tarde, y menor número de tareas diarias. Todo ello concuerda con los antecedentes hallados en la literatura científica, según los cuales los gabinetes procuran un entorno laboral más satisfactorio que cualquier otro tipo de empresa vinculada al periodismo (Rodríguez-Piñero et al., 2008; Roses, 2011; Túñez & Martínez-Solana, 2014), aparentemente también en el ámbito de las prácticas.

La realidad es que los alumnos que se incorporan a un medio se ven abocados, de acuerdo con los resultados de nuestro análisis, a realizar casi el mismo trabajo que los redactores de plantilla, lo cual se compadece escasamente con el fin formativo de las prácticas, como viene denunciándose, en España y en otros países, desde hace décadas.

También hay diferencias nítidas en relación con el segundo objetivo de la investigación (O2), el referido a las rutinas profesionales. En principio, los medios parecen fomentar más la iniciativa de los estudiantes mediante la propuesta de temas, pero es en los gabinetes donde estos pueden intervenir con mayor libertad en el enfoque de los contenidos que producen, y donde la labor de tutorización consustancial a las prácticas, por parte de jefes o compañeros de plantilla, se produce con mayor asiduidad. Del mismo modo, en los departamentos de comunicación el contacto entre alumno y tutor de empresa parece más estrecho, quizá debido a la menor carga de trabajo que se detecta en ellos, con el consiguiente incremento de disponibilidad de quienes tienen la misión de instruir a los redactores noveles.

Incluso en materia deontológica, y a pesar del interés corporativo de los gabinetes de comunicación, los medios son percibidos como instituciones más lesivas, dándose con mayor frecuencia colisiones entre los criterios de los estudiantes y los intereses de la empresa. Esto podría deberse tanto a una mayor coerción efectiva en el seno de las redacciones como a una sensibilidad más acusada entre los alumnos ante cualquier intento de mediatizar su labor cuando elaboran contenidos netamente informativos. Sea como fuere, convendría profundizar en este aspecto en ulteriores trabajos ya que, de confirmarse el desequilibrio a favor de los gabinetes en el terreno de la ética, habría que replantearse algunos lugares comunes muy extendidos entre los profesionales del periodismo.

Para terminar, pretendíamos hallar diferencias en el nivel de satisfacción mostrado por los alumnos según hubieran disfrutado de prácticas en medios

o en gabinetes (O3). En consonancia con todo lo expuesto, quienes han pasado por departamentos de comunicación otorgan mejor puntuación a la mayoría de ítems analizados: remuneración, carga de trabajo, horarios, labor de los tutores y estabilidad.

El balance de la estancia en un tipo de empresas y en otro se antoja dispar. Pero lo paradójico de los resultados es que, pese a las condiciones de trabajo más favorables, son pocos los estudiantes que muestran la determinación de dedicarse en el futuro al ámbito de la comunicación corporativa, o de mantenerse en él si ya han pasado por el sector, frente a la voluntad mayoritaria de permanencia detectada entre los alumnos que han ejercido en medios. Apunta esto a una desafección de partida, relacionada probablemente con el componente vocacional del periodismo y la dimensión publicística de la labor de los gabinetes, que ni siquiera una experiencia gratificante en el marco de las prácticas parece capaz de paliar.

Cabe reseñar, finalmente, que en ninguna de las variables del cuestionario se han detectado divergencias significativas entre las respuestas procedentes de alumnos de Málaga y las de los estudiantes de la UCM. Quiere esto decir que los patrones expuestos aquí pueden ser válidos, más allá del contexto geográfico de los encuestados, a escala nacional, lo cual refuerza, a nuestro entender, su alcance científico. Quedaría para futuras investigaciones confrontar estos hallazgos con los usos predominantes en otros países y regiones.

Las prácticas en empresas periodísticas representan un componente crucial en la adquisición de conocimientos y de destrezas por parte de los estudiantes universitarios. En la actualidad, en Europa occidental y Latinoamérica, y de forma menos regulada en los países anglosajones, han devenido un requisito indispensable para completar la formación de los futuros egresados. Las condiciones, según los casos, varían, y el nivel de institucionalización difiere de unos territorios a otros. Del mismo modo, tal y como han puesto de manifiesto los resultados de nuestro trabajo, el provecho que los alumnos extraen de las prácticas depende en muchos casos de la naturaleza de la entidad que los acoge, contraponiéndose de manera clara medios y gabinetes de comunicación.

Quizá sería recomendable el establecimiento de marcos normativos mejor delimitados, que redujeran la discrecionalidad observada por Del-Arco (2015) y Willig (2016), y garantizaran la eficacia del proceso de aprendizaje inherente a las prácticas profesionales. De esta forma, los periodistas recién graduados afrontarían su inmersión en el mercado laboral con mayores garantías de éxito.

REFERENCIAS

Asociación de la Prensa de Madrid. (2018). *Informe anual de la profesión periodística 2018* (Annual report of the journalistic profession 2018). Madrid, Spain: Asociación de la Prensa de Madrid.

Bjørnsen, G., Hovden, J. F., & Otossen, R. (2007). Journalists in the making: findings from a longitudinal study of Norwegian journalism students. *Journalism Practice, 1*(3), 383-403. https://doi.org/10.1080/17512780701505085

Blanco, E. (2005). Mujer y poder en los medios: Dificultades para una incorporación plena (Women and power in the media: Difficulties to be fully incorporated). In Farias, P. (Dir), *Informe anual de la profesión periodística 2005 (Annual report of the journalistic profession 2005)* (pp. 99-106). Madrid, Spain: Asociación de la Prensa de Madrid.

Cantalapiedra, M. J., Coca, C., & Bezunartea, O. (2000). La situación profesional y laboral de los periodistas vascos (The professional and work situation of Basque journalists). *Zer,* (9), 169-182. Retrieved from http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17441

Cotter, C. (2010). *News talk. Investigating the language of journalism*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Del-Arco, M. Á. (2015). Los estudios de Periodismo en Latinoamérica: en el bosque de la Comunicación y las Ciencias Sociales (Journalism training in Latin America: in the forest of Communication and Social Sciences). *Cuadernos de periodistas*, *29*, 132-152. Retrieved from http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2015/04/132-152-MA-DEL-ARCO.pdf

Fröhlich, R. & Holtz-Bacha, C. (Eds.). (2003). *Journalism education in Europe and North America: An international comparison*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

García-Borrego, M. & Roses, S. (2016). Rutinas profesionales de los becarios de Periodismo: el caso de Málaga (Media routines of Journalism interns: the case of Málaga). *Zer, 21*(41), 155-169. Retrieved from http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17267

García-Borrego, M., Roses, S., & Farias, P. (2017). Condiciones de las prácticas profesionales en medios de comunicación: un estudio empírico (The working conditions of media internships: an empirical study). *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 430-452. https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1173

García-Borrego, M. & Gómez-Calderón, B. (2018). Rutinas profesionales y nivel de satisfacción de los estudiantes de Periodismo en prácticas: la brecha entre medios y gabinetes (Professional routines and level of satisfaction in Journalism students during their internships: the gap between media and press offices). In J. Herrero & M. Trenta (Coords.), *Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios* (Communication and music: messages, manifestations and businesses) (pp. 927-939). La Laguna, Spain: Universidad de La Laguna. Retrieved from http://www.revistalatinacs.org/18SLCS/2018_libro/049_Garcia.pdf

García-Madariaga, J. M. & Arasanz-Esteban, I. (2019). Aprendices explotados: Precarización del trabajo periodístico a través de una lógica abusiva de becas y prácticas (Exploited trainees: Precarization of journalistic work through an abusive logic of internships and practices). *Cuadernos de Relaciones Laborales, 37*(1), 49-66. https://doi.org/10.5209/CRLA.63819

Gollmitzer, M. (2014). Precariously employed watchdogs? *Journalism Practice, 8*(6), 826-841. https://doi.org/10.1080/17512786.2014.882061

Gravengaard, G. & Rimestad, L. (2011). Elimination of ideas and professional socialization. *Journalism Practice, 6*(4), 465-481. https://doi.org/10.1080/17512786.2011.642243

Gravengaard, G. & Rimestad, L. (2014). Socializing journalist trainees in the newsroom: On how to capture the intangible parts of the process. *Nordicom Review, 35*(s1), 81-95. https://doi.org/10.2478/nor-2014-0105

Lamuedra, M. (2007). Estudiantes de Periodismo y prácticas profesionales: el reto del aprendizaje (Media students, professional placements, University and the learning challenge). *Comunicar, 14*(28), 203-211. https://doi.org/10.3916/C28-2007-21

Ortiz-Sobrino, M. Á., Peinado-Miguel, F., & Zapata-Palacios, L. (2014). Cuáles son las necesidades de los estudiantes de Periodismo para su mejor inserción en el mercado laboral. Estudio del caso de los alumnos de Ciencias de la Información de la UCM que realizan prácticas (What are Journalism students' needs for their best insertion in the working market. A case study of UCM Information Science interns). In Universidad de la Laguna (Ed.), *Actas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* (Proceedings of the 6th International Latin Conference on social communication). La Laguna, Spain: Universidad de La Laguna. Retrieved from http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/097_Ortiz.pdf

Pérez-Serrano, M. J., Rodríguez-Barba, D., & Rodríguez-Pallares, M. (2015). Mercado de la comunicación y estudiantes de Periodismo. Estructura de la demanda de perfiles profesionales (The communications market and journalism students. Structure of the demand for journalism job profiles). *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 209-229. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1043

Pestano, J. M., Rodríguez, C., & Del Ponti, P. (2011). Transformaciones en los modelos de formación de periodistas en España. El reto europeo (Transformations in the models of journalists' formation in Spain). *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 17*(2), 401-415. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2011.v17.n2.38122

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (Royal Decree 1393/2007, of October 29, which establishes the organization of official university education). *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, Spain, October 31, 2007, No. 260. Retrieved from https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-18770

Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios (Royal Decree 592/2014, of July 11, which regulates the external academic practices of university students). *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, Spain, July 30, 2014, No. 184. Retrieved from https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2014-8138

Rodríguez-Piñero, M., Cruz, J., & De Soto, S. (2008). *La situación sociolaboral de los profesionales de la comunicación en Andalucía* (The working situation of communication professionals in Andalusia). Sevilla, Spain: Consejo Andaluz de Relaciones Laborales.

Roses, S. (2011). Estructura salarial de los periodistas en España durante la crisis (Journalists' wage structure in Spain during the crisis). *Revista Latina de Comunicación Social*, (66), 178-209. https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-929-178-209

Salamon, E. (2015). (De)valuing intern labour: Journalism internship pay rates and collective representation in Canada. *Triple C, 13*(2), 438-458. https://doi.org/10.31269/triplec.v13i2.573

Segarra, J., Páramo, P., & Puebla, B. (2012). Jóvenes emprendedores y sus proyectos de comunicación en la red: estudio de caso de Periodistas en potencia y Portal del sur (Young businessmen and their web communication projects: a case study of Periodistas en Potencia and Portal del Sur). *adComunica*, (12), 39-61. https://doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.4

Standing, G. (2011). *The precariat: The new dangerous class*. London, UK: Bloomsbury Academic.

Suárez-Villegas, J. C. (2015). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales (Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists). *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 91-109. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1036

Túñez, M. & Martínez-Solana, M. Y. (2014). Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales del periodista en la producción de noticias: Hacia un periodismo de empresa (Impact analysis of the role, attitudes and working conditions of journalists in news production: towards a journalism of company). *Zer, 19*(36), 169-182. Retrieved from https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/13486

Weaver. D. & Willmat, L. (Eds.). (2012). *The global journalist in the 21st century*. London, UK: Routledge.

Willig, I. (2016). We all think the same. Internships, craft and conservation. In J. F. Hovden, G. Nygren, & H. Zilliacus-Tikkanen (Eds), *Becoming a journalist. Journalism education in the Nordic countries* (pp. 39-50). Gottemburg, Sweden: Nordicom.

SOBRE LOS AUTORES

BERNARDO GÓMEZ CALDERÓN, profesor titular del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga (España), al que pertenece como docente e investigador desde 1997. Cuenta con más de 60 publicaciones científicas entre artículos en revisas indexadas, libros y capítulos de libros e investiga preferentemente sobre géneros periodísticos, comunicación política y ejercicio profesional. En la actualidad dirige un proyecto de I+D financiado por el gobierno de España sobre información y redes sociales, cuyo plazo de ejecución finaliza en 2023.

https://orcid.org/0000-0002-9245-9251

MANUEL GARCÍA BORREGO, investigador posdoctoral en la Universidad de Málaga (España), donde ha elaborado su tesis sobre estudiantes de Periodismo y prácticas profesionales. Cuenta con más de una veintena de contribuciones en publicaciones con índice de impacto sumando artículos en revistas —entre ellas *El Profesional de la Información, Revista Latina de Comunicación Social o Estudios sobre el Mensaje Periodístico*— y capítulos de libro en editoriales como Gedisa, Fragua o Dykinson. También ha participado en tres proyectos de investigación y llevado a cabo una estancia en la Universidad de Bergen (Noruega).

https://orcid.org/0000-0001-6207-8741