



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**

Proyecto de Innovación
Convocatoria 2017/2018

Nº de proyecto 192

Proyectos de emprendimiento para la empleabilidad de titulados en periodismo.

Responsable del proyecto: **Fernando Peinado Miguel**

Facultad de Ciencias de la Información

**Departamento de Periodismo y Comunicación Global
(Unidad Docente de Empresa Informativa)**

1.- Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Objetivo Básico nº 1.-: Poner a disposición de los alumnos de segundo ciclo del Grado de Periodismo un espacio de *coworking* en condiciones adecuadas así como docentes que les tutelen para que puedan afrontar sus ideas y proyectarlas hacia el mercado de la Comunicación.

Objetivo Básico nº 2.- Ayudar en la puesta en marcha de proyectos de empresa para los alumnos de 4º curso a los que impartimos la asignatura obligatoria "Dirección y Gestión de Empresas Periodísticas" con el objetivo de fomentar sus salidas laborales.

Objetivo Secundario nº 1.- Diseñar un marco integral de conocimientos a partir de los principales indicadores de fundamentos y competencias periodísticas aprendidos en la titulación de periodismo, y en concreto las asignaturas que tienen relación con la empresa informativa, la estructura, la tecnología, la dirección y gestión periodística y de medios, para acercar a los estudiantes al mundo empresarial.

Objetivo Secundario nº 2.- Establecer parámetros de análisis en los ejes competenciales en los que se basa la investigación, a partir de las carencias de los estudios universitarios y las necesidades tecnológicas que se requieren para acceder al mercado profesional, siempre en un contexto de información periodística (Recursos empresariales).

Objetivo Secundario nº 3.- Buscar y facilitar la salida al mercado laboral, empresarial y en Comunicación a cuantas ideas de negocio se valoren como posibles y se puedan gestionar desde estos espacios de trabajo colaborativo, mediante la tutorización y la mentoría.

Objetivo Secundario nº 4.- Crear futuras líneas de investigación para el grupo *MediaCom UCM* a partir de entornos de innovación y emprendimiento, así como en perfiles profesionales, con el fin de que pueda ser utilizado por sus investigadores y sobre todo para su desarrollo en tesis doctorales.

2.- Objetivos alcanzados

- a) Se ha logrado el espacio de *coworking* para el desarrollo de los proyectos de los alumnos.
- b) Tres docentes han sido tutores directos de estos proyectos.
- c) En esta primera fase se han creado dieciocho grupos que han trabajado a partir de diferentes ideas de negocio y las han proyectado mediante plataformas móviles.
- d) Se ha logrado alcanzar el marco ideal de conocimientos para el desarrollo de los proyectos de emprendimiento a a partir de las competencias periodísticas aprendidas a lo largo de los estudios del grado de Periodismo, sobre todo como consecuencia de las asignaturas de Empresa Informativa, Estructura de la Información, Tecnología de la Información y Dirección de las empresas periodísticas, y se aprecia en las propuestas iniciales así como en el desarrollo de los propios proyectos.
- e) Se han logrado proyectos que pueden llevarse a cabo y que pueden generar salidas laborales para los egresados.
- f) Se han encontrado nuevas líneas de investigación en innovación y emprendimiento para el Grupo MediaCom UCM.

3.- Metodología empleada en el proyecto

Se trata de evaluar y proyectar ideas creativas previas a su lanzamiento al mercado, a partir de una personalidad jurídica concreta y presumible (viabilidad societaria), durante el cuatrimestre de trabajo (fase de recuperación de datos) a partir de dos grupos (muestra total de 132 alumnos) divididos en 18 equipos (17 presenciales y uno virtual) organizados a partir de un proyecto de innovación docente. Se les explica el contenido del proyecto y las razones de llevarlo a cabo, tras lo cual sólo 16 alumnos han decidido no participar, por lo que el total de alumnos participantes ha sido de 116. Los espacios de desarrollo metodológico se sitúan en el marco de las clases de 4º curso (en el 2º ciclo) del Grado de Periodismo, en la asignatura de “Dirección y Gestión de Empresas Periodísticas”, grupos A (aula 007) y C (aula 009), en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, durante el 2ª Cuatrimestre del curso 2017-2018 (enero-mayo) y termina con una presentación de cada proyecto a la finalización del periodo lectivo. Cada grupo se ha creado a partir de un máximo de ocho alumnos y un mínimo de cuatro por grupo, que forman ellos de manera totalmente independiente, y cada equipo de trabajo está representado por un coordinador, elegido por cada grupo o equipo, que

debe poseer un perfil emprendedor y actitud emprendedora, capaz de motivar a los integrantes del equipo.

En una primera Fase:

- 1.- Constitución de equipos de trabajo, organización e identificación de Coordinadores/as.
- 2.- Se crean dieciocho Grupos (17 presenciales y 1 virtual) con alumnos de 4º Periodismo UCM.

En la segunda Fase:

- 3.- Adecuación de la forma jurídica empresarial. Presentación de las ideas.
- 4.- Actividad a desarrollar y servicio que se ofrece.
- 5.- Análisis de mercado.
- 6.- Recursos para la creación de la empresa.
- 7.- Demostración de producto.

4.- Recursos humanos

Doctor Fernando Peinado Miguel (IP), director del grupo "Research and Learning of Media and Communications Management" (Investigación y Enseñanza de la Gestión de los Medios y la Comunicación) -MEDIACOM UCM (<http://www.ccinf.es/mediacom/>): Diseño del proyecto; Modelo de actividad; Tutor de grupos; Solicitud e informe del proyecto; Recuperación y selección conclusiones; Difusión científica del proyecto; Memoria del proyecto.

Doctora Dolores Rodríguez Barba, codirectora de Mediacom UCM y delegada de InfoRadio UCM. Gestora y responsable de contenidos del proyecto; Captación de recursos humanos y materiales; Distribución de tareas y recursos; Tutora de grupos; Solicitud e informe del proyecto; recuperación y selección conclusiones; Difusión científica de los resultados.

Doctora María José Pérez Serrano: Profesora de Empresa Informativa en la UCM; Miembro de Mediacom UCM; Proceso de digitalización; Trabajo de campo; diseño y creación de programas para el tratamiento de datos; Tutora de grupos; Difusión de los resultados.

Doctorando Juan Pablo Mateos Abarca, miembro de Mediacom UCM. Trabajo de campo.

Doctora Carmen Pérez de Armiñan: Anterior Decana de la Facultad de Ciencias de la Información, profesora de Economía aplicada; Miembro de Mediacom UCM; Configuración del grupo; Captación de investigadores; Gestiones académicas y difusión de los resultados.

Doctor Jorge Clemente Mediavilla: Decano de la Facultad de Ciencias de la Información, UCM; Configuración del grupo; Captación de investigadores; Gestiones académicas y difusión de los resultados.

Doctor Manuel Sevillano: Profesor de Empresa Informativa en la UCM; Miembro de Mediacom UCM; Análisis de viabilidad de los proyectos.

Doctora Miriam Rodríguez Pallares: Profesora en la UNIR; Miembro de Mediacom UCM; Trabajo de campo; Análisis de viabilidad de los proyectos.

Doctor José María Álvarez Córdoba: Profesor de empresa informativa en la UCM; Miembro de Mediacom UCM; Análisis de viabilidad de los proyectos.

Doctor Arturo Gómez Quijano: Profesor en Periodismo y Nuevos Medios/UCM; Miembro de Mediacom UCM; Trabajo de campo. Difusión de resultados.

Doctor Braulio Díaz: profesor H^a del Derecho y de las Instituciones,/UCM); Análisis de viabilidad de los proyectos.

Doctor Víctor Núñez Fernández: Profesor de empresa informativa en la UDIMA; Análisis de viabilidad de los proyectos.

Doctor Pedro Fariás Batlle: profesor de empresa informativa en la UMA; Miembro de Madiacom UCM; Análisis de viabilidad de los proyectos.

Doctor Francisco Javier Paniagua: profesor de empresa informativa en la UMA; Miembro de Madiacom UCM; Análisis de viabilidad de los proyectos

Doctora Carmen Marta Lazo: profesora en la UNIZAR; Análisis de viabilidad de los proyectos.

5.- Desarrollo de las actividades

Ante informaciones como “El paro juvenil en España es insostenible, advierte Bruselas” “La segmentación del mercado laboral en muy alta en España”; “hay necesidad de reforma del mercado laboral”; “la recuperación económica de la UE es limitada y frágil”, todos ellos titulares de un mercado en plena crisis, <http://www.ibercampus.es/el-paro-juvenil-en-espana-es-insostenible-advierte-bruselas-29396.htm>, resulta un objetivo básico la creación de este espacio para que, cuando estén en trámites de participar en el mercado laboral, tengan la oportunidad de implantar y fomentar ideas para el ejercicio adecuado de la información y les aporte un beneficio retributivo la realización de esa labor (Peinado, 2015; Pérez-Serrano, Rodríguez-Barba y Rodríguez-Pallares, 2015).

El ejercicio del Periodismo se justifica no solo por la vocación, sino también porque es necesario gestionar la información (Peinado, Marta-Lazo y Ortiz, 2015). Si los alumnos salen preparados para ser informadores sociales, investigadores de cuanto ocurre, gestores de medios y nos trasladan los acontecimientos, entre otras muchas responsabilidades informativas y comunicacionales, también deben conocer los recursos necesarios para una inserción laboral adaptada a los tiempos que corren. Estas circunstancias les suponen situaciones laborales relacionadas con el autoempleo y el emprendimiento (Rodríguez-Barba, Rodríguez-Pallares y Pérez-Serrano, 2015).

En una sociedad en continua transformación, la Empresa periodística, desde sus primeros años dedicados a la edición, hubo de reinventarse y generar nuevas formas de negocio, productos y servicios para sobrevivir. Y con esos cambios, la profesión evolucionaba. La actual evolución del sector de la información hacia lo digital está creando nuevos perfiles de periodistas, diferentes maneras de ejercer la profesión (Pérez-Serrano, Marta-Lazo y Ortiz, 2014).

En la mejor de las ocasiones, el emprendimiento implica la creación de pequeñas empresas o micro-pymes, que según la Ley de Emprendedores y la normativa Comunitaria (U.E.) son definidas como “pequeñas empresas cuya plantilla es inferior a diez trabajadores y con un volumen de negocio y balance inferior a los dos millones de euros”. Ante las enormes dificultades que en los últimos años encuentran los profesionales de la información para encontrar un primer empleo que además sea digno, y dado que el sector de la empresa informativa se ha fragmentado, es el momento de ayudar desde la Universidad a los alumnos para que puedan proyectar nuevas ideas y auto-emplearse en condiciones favorables.

En un mercado tan complejo, donde la transversalidad es un factor de progreso, los espacios y modelos de consumo, la distribución de contenidos, los formatos en los que hacer la usabilidad de la información, la comercialización, incluso si estamos ante productos de calidad o no, se requiere de profesionales que se adapten y sean capaces de ofertar su servicio como un producto más. Asociar periodista productor de contenidos con cliente receptor de los mismos es básico, en un mercado en transformación en el que los valores económicos como el tiempo y el espacio de consumo puede ofrecer retornos de monetización gratificantes para las empresas informativas

Tabla nº 1.- Relación de proyectos de emprendimiento periodístico en Comunicación. 2017-2018 – 2º Cuatrimestre / 4º A, Grado de Periodismo, UCM.				
Nombre	Nº de participantes y Ubicación.	Contenido	Plataforma de Distribución	Formato / Desarrollos
POPTOP	Ocho, Madrid	Información General.	Web y móviles.	Clipping – App y desarrollos para RRSS.
PROYECTA	Siete, Madrid	Temático, especializado en Arquitectura.	Web y móviles	Publicación Digital y desarrollos para RRSS.
MELODICES O MELOCUENTAS	Seis, Madrid	Información General.	Web, DRB y móviles	Wordpress Radio - Transmedia.
COOLTURA	Seis, Rivas VaciaMadrid	Información Cultural.	Web y móviles.	Youtube - Publicación Digital y desarrollos para RRSS.
FUTSAL LIVE	Siete, Madrid	Temático en Deportes, especializado en Futbol Sala.	Web y móviles.	App y desarrollos para RRSS.
INFOLAC	Cinco, Madrid	Temático en Alimentación, especializado en Lácteos.	Web y móviles.	Publicación digital y desarrollos para RRSS - Transmedia.
UNIVERSALIA	Seis, Madrid	Temático, especializado en información de Universidad.	Web y móviles.	Youtube - App y desarrollos para RRSS.
PEGASO	Ocho, Madrid	Temático, especializado en información Hípica.	Web, móviles y Papel.	Publicación en papel – digital y App.
Fuente: a partir de los datos de los diferentes proyectos periodísticos. Elaboración propia.				

La empleabilidad para los titulados en Periodismo se corresponde con la evolución de las empresas informativas, hacia escenarios digitales, de Comunicación, y la desaparición de recursos laborales clásicos. La fragmentación de la industria, la innovación de nuevos medios y recursos periodísticos y la creación de empresas informativas más pequeñas son elementos que permiten la demanda de micro-pymes informativas, tanto en soportes audiovisuales como la radio y la televisión, pero sobre todo en los medios escritos, ya sea en soporte papel como en digital.

Tabla nº 2.- Relación de proyectos de emprendimiento periodístico en Comunicación. 2017-2018 – 2º Cuatrimestre / 4º C, Grado de Periodismo, UCM.				
Nombre	Nº de participantes y Ubicación.	Contenido	Plataforma de Distribución	Formato / Desarrollos
MERCURIO	Siete, Madrid	Información General	Todas: Web, DRB, móviles, TDT, Papel.	Todos - Transmedia.
FESTIS	Seis, Madrid	Información cultural, especializada en Festivales de música	Web, móviles y Papel.	Youtube - Publicación digital Edición papel - Transmedia.
TALENT CHALLENGE	Siete, Madrid	Información General y de emprendimiento para jóvenes.	Web, DRB y móviles.	Youtube - Wordpress Radio - Publicaciones digitales -Transmedia.
FEEL THE GAME	Ocho, Madrid	Temático, especializado en Videojuegos y Tecnología.	Web y móviles.	App y desarrollos para RRSS.
MY WEDDING PLAN	Ocho, Madrid	Temático, especializado en Bodas.	Web y papel	Publicación Digital y en papel.
EN 60"	Seis, Madrid	Información de Cultura	Web.	Videoscribe - Youtube.
SERAPP	Seis, Madrid	Información General	Web y Móviles.	App.
TOLEDOCIO	Cinco, Toledo	Especializada en Cultura y Ocio	Web y Móviles.	Publicación digital y App.
COMPLUTV	Seis, Madrid	Información General	Web.	Youtube - Televisión Educativa.
JUBILEO	Diez, Madrid	Temático, especializado en 3ª Edad	Web y papel.	Publicación digital y en papel.
Fuente: a partir de los datos de los diferentes proyectos periodísticos. Elaboración propia.				

La Difusión que este Proyecto de Innovación nº 192, bien con adelantos o como consecuencia de mostrar los resultados, hasta el momento es:

- *Congreso AE-IC, Salamanca, USAL, 28 de junio de 2018*
- *CUICIID 2018, comunicación aceptada, 25-25 de octubre 2018*
- *VIII Congreso Procom, UCM, 25-abril de 2018*

Bibliografía de referencia del grupo sobre temática de estudio:

Álvarez Monzoncillo, J. María y De Haro Rodríguez, Guillermo (Coords.) (2017):
Millenials. La Generación emprendedora. Madrid: Editorial Ariel.

Peinado-Miguel, Fernando; Fernández Sande, Manuel; Rodríguez-Barba, Dolores y Ortiz Sobrino, M. Ángel. (2013): "Aprendizaje e innovación: una propuesta metodológica desde la Empresa Informativa". Revista Latina de Comunicación Social, 68, pp. 119-143.

Peinado-Miguel, Fernando. (2015): Formación, Perfil Profesional y Consumo de Medios de Alumnos en Comunicación. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Peinado-Miguel, Fernando; Marta-Lazo, Carmen y Ortiz Sobrino, M Ángel. (2015): “Los alumnos de Periodismo de la Universidad de Zaragoza y la Universidad Complutense de Madrid (España): impulso vocacional, referencias mediáticas y perspectivas profesionales”. Revista PANGEA, 6, pp. 1 - 22.

Pérez-Serrano, M^a José; Marta-Lazo, Carmen y Ortiz Sobrino, M. Ángel. (2014): “Expectativas laborales de los egresados en Comunicación. Análisis de caso de los alumnos de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. DOXA Comunicación, 21, pp. 199-214.

Pérez-Serrano, M^a José; Rodríguez-Barba, Dolores y Rodríguez-Pallares, Miriam. (2015): “Mercado de la Comunicación y estudiantes de Periodismo. Estructura de la demanda de perfiles profesionales”. Revista Latina de Comunicación Social, 70, pp. 209-229.

Picard, Robert G. (2012): La creación de valor y el futuro de las empresas informativas. Por qué y cómo el Periodismo debe cambiar para seguir siendo relevante en el siglo XXI. Odivelas. Media XXI.

Rodríguez-Barba, Dolores; Rodríguez-Pallares, Miriam y Pérez-Serrano, M^a José. (2015): “Percepciones profesionales y motivaciones para el acceso a la formación periodística. El caso de los estudiantes de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid”. Fonseca Journal of Communication, 11, pp. 310-331.

6.- Anexos

Se presenta a la VIII edición premios emprendedor universitario UCM, 2018, en la modalidad V: proyectos innova docencia, para aquellos proyectos que hayan sido reconocidos en el programa innova docencia por el vicerrectorado de calidad en las convocatorias 2016-17 y 2017-18 y estén englobados en la línea “propuestas para fomentar la empleabilidad y el emprendimiento entre los estudiantes”.