



Digitalització, ciència i sostenibilitat obren noves sortides professionals en el sector de la comunicació

- » A més, sorgeixen nous perfils i càrrecs dins de les empreses, i creix l'emprenedoria de projectes afins a la informació i la comunicació
- » Més de 50 periodistes, assessors i assessores de comunicació i docents participen en l'estudi **Noves oportunitats i nínxols d'ocupació per a periodistes** que analitza les tendències de futur i de present tant en els mitjans com les noves plataformes de difusió i les necessitats del món empresarial
- » L'informe, elaborat pel catedràtic Josep-Lluís Micó, sorgeix com a part del conveni entre Barcelona Activa i el Col·legi de Periodistes de Catalunya

El Col·legi de Periodistes de Catalunya, amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona, a través de Barcelona Activa, han presentat l'informe *Noves oportunitats i nínxols d'ocupació per a periodistes*. L'estudi recull una cinquantena de veus expertes i dades extretes de més de 400 enquestats, professionals tant de mitjans com d'assessors i assessores de comunicació i docents, i assenyalen la digitalització, la ciència i la sostenibilitat com a vies per obrir-se camí a noves sortides professionals en aquest sector. L'anàlisi ha estat elaborat pel grup de recerca STReaM (Society, Technology, Religion and Media) de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna-URL, i liderat pel catedràtic i degà d'aquesta Universitat, Josep-Lluís Micó.

L'informe posa especial atenció a les habilitats que més es demanen en el mercat laboral de la Comunicació en el moment actual, les oportunitats d'inserció laboral i les tendències futures. Per això, el focus ha estat detectar els principals nínxols, tot identificant les sortides presents i potencials, i examinant l'oferta formativa actual.

La major part de les veus entrevistades coincideixen a dir que els perfils digitals són els més demanats, tant per a periodistes com per a l'àmbit de la comunicació corporativa. La digitalització facilita el treball en xarxa i l'emprenedoria. Així, l'estudi apunta cap a una tendència emprenedora i creació de projectes del món comunicatiu, tant de creació de nous formats i mitjans com l'aparició d'empreses emergents, per exemple, de verificació de dades i contra les notícies falses.



Educació mediàtica

En aquest context, l'educació mediàtica com a eina de lluita contra la desinformació és un altre dels àmbits en què s'observen noves sortides que, a més, tindran una funció clau de garantia per al futur del sector i de garantia del dret a la informació de la ciutadania. Es considera que els professionals poden exercir d'educadors mediàtics dins les escoles i instituts. En l'actualitat, a través del conveni entre Barcelona Activa i el Col·legi, ja s'estan duent a terme sessions educatives mediàtiques a les Antenes Cibernàrium, a les biblioteques de la ciutat, sovint orientades també a la població de la tercera edat, perquè tinguin coneixements i eines en un món que viu un canvi de paradigma digital.

D'una altra banda, la crisi dels darrers dos anys, provocada per la Covid-19, ha posat en primera línia la necessitat social que suposa la divulgació científica. Per la qual cosa, la capacitat d'explicar a la societat aspectes complexos del món de la ciència i el seu impacte a escala global és una altra de les sortides detectades en aquest informe.

Edició de gènere o gestió d'ajuts econòmics, entre les noves sortides

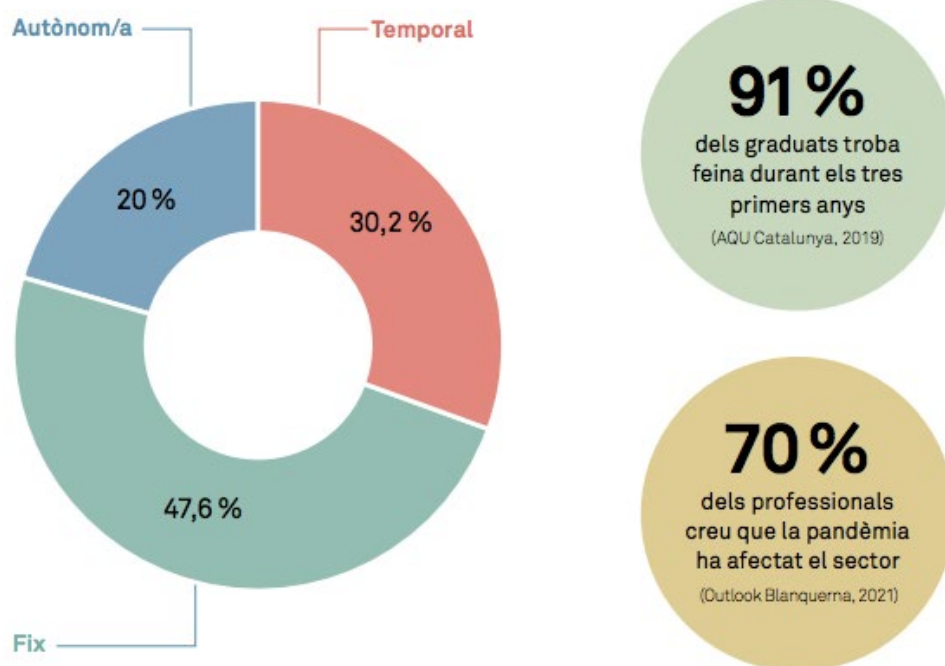
Als rols tradicionals –i que continuen essent primordials- a mitjans i gabinets corporatius, se sumen a d'altres més innovadors, creats per les necessitats d'una quarta revolució industrial. Per exemple, aquells vinculats a la sostenibilitat, tant econòmica, social i ambiental. En aquest paper, la funció d'una periodista no és sols explicar com una empresa lluita per la sostenibilitat sinó que la seva tasca de difusió ajuda a assolir-la.

Entre les diferents noves ocupacions, s'hi troben: Gestor/a d'ajuts econòmics, amb una feina de cerca de la informació i redacció per sol·licitar subvencions i ajuts, com ara els nous EU NextGen i els que puguin anar sorgint; la qüestió de gènere, amb la incorporació d'editor/a de gènere als diaris, o la figura de periodisme de dades, incorporant tota la dimensió de la Intel·ligència Artificial, big data, i les tecnologies més avançades.

A escala internacional, entre els exemples de països que millor acompanyen aquests canvis són els Estats Units, el Japó o els països escandinaus, en part gràcies a la inversió i l'aposta tecnològica, i un encaix més sostingut entre món acadèmic, professional, empreses i mercat de treball.

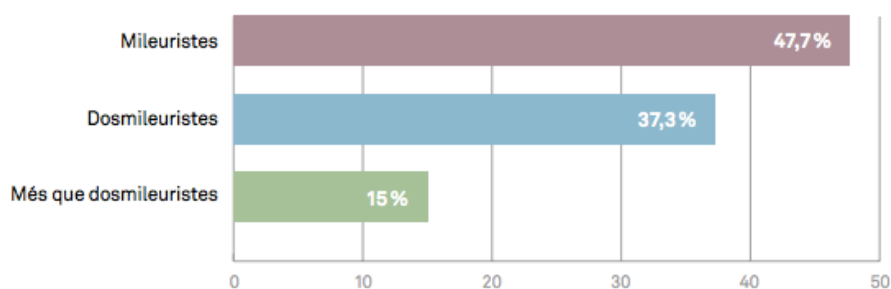
Un 23,8% de les ofertes laborals demanen experiència internacional

Només les universitats catalanes oferten, any rere any, al voltant de 2.000 places per alumnes que poden acabar fent de periodistes. 9 de cada 10 persones aconsegueixen feina durant els 3 anys posteriors d'haver-se titulat. Concretament, en els graduats en Periodisme, la xifra se situa en un 91%, un 47,6% dels quals amb contracte fix, un 28,8% temporal i un 19,1% autònom.



Font: AQU Catalunya 2019.

Un 70% afirma que la pandèmia els ha repercutit negativament a la feina. Des d'una perspectiva dels salaris, a més, un 47,7% dels nous professionals són mileuristes, un 37,3% arriben als dos mil euros, i un 15% són "més de dosmilleuristes". Això implica que estan per sota de la mitjana del que cobren els titulats del Sistema Universitari de Catalunya, ja que un 32,1% arriben a ingressos més alts dels 2.000 euros.



Font: AQU Catalunya 2019.

Quant als perfils de periodistes més demandats a les ofertes, un 61,9% són persones amb experiència prèvia en el sector, un 66,7%, joves graduats amb un perfil digital, un 23,8%



professionals amb experiència internacional, i un 9,5% emprenedors que tinguin el seu propi projecte.

Kapuscinski i Wolfe, també presents

Tot i les tendències més creatives i innovadores, l'informe recull màximes i prescripcions de noms com ara Ryszard Kapuscinski i Tom Wolfe, que han establert històricament les bases de rigor i ètica en el periodisme. Fa 10 anys, Micó va publicar un altre estudi per encàrrec del Col·legi de Periodistes de Catalunya, sobre la situació dels periodistes on ja s'alertava sobre la necessitat de formació tecnològica com a clau de futur dins del sector.

L'anàlisi quantitatiu ha estat fet entre els mesos d'abril i setembre de 2021, mitjançant una recerca quantitativa, a més de 400 professionals, procedent de dades del Col·legi, del Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC), de les universitats catalanes, espanyoles i estrangeres, d'administracions, d'organismes internacionals, d'associacions, consultores i mitjans de comunicació, i una recerca qualitativa amb més de les 50 entrevistes a professionals del sector. L'equip d'investigadores de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna (URL) són la Patrícia Coll, l'Alba Sabaté Gauxachs, Sílvia Vehí i Núria Torras.

Sobre l'auge emprenedor, a la xarxa de projectes i start-ups que Barcelona Activa acompanya, també han crescut les empreses de comunicació. Verificat, Be Mediatic, La Costa Comunicació, Localitzation Lab, en són alguns dels exemples. L'agència municipal també fa assessorament a les empreses sobre comunicació i tecnologia, entre altres aspectes.