

LAS CONDICIONES LABORALES Y LA SATISFACCIÓN DE LOS PERIODISTAS COLOMBIANOS*

Labor conditions and satisfaction
of Colombian journalists

Liliana Gutiérrez Coba
Rodolfo Prada Penagos
Jairo Valderrama Valderrama
Víctor García Perdomo
Adriana Guzmán de Reyes
Alfonso Forero Gutiérrez
Universidad de La Sabana (Colombia)

LILIANA GUTIÉRREZ COBA Y OTROS

MIEMBROS DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN PERIODISMO - GIP, DE LA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA. liliana.gutierrez1@unisabana.edu.co

* Este estudio fue financiado por el Fondo de Investigaciones de la Universidad de la Sabana en la convocatoria 2008 y hace parte de un proyecto conjunto con otras cinco instituciones de educación superior latinoamericanas, que se encargarán de establecer las condiciones laborales de los periodistas en Argentina, Chile, México, Perú y Venezuela.

RESUMEN

El presente artículo establece las características socio-demográficas y laborales de los periodistas colombianos y también analiza el índice de satisfacción que muestran con respecto al trabajo que ejercen, una cuestión que condiciona la forma en la que desarrollan su labor y que influye notablemente en los productos informativos que llegan finalmente al público. Los resultados fueron obtenidos a través de la aplicación de una encuesta a 185 periodistas de once ciudades, la cual fue complementada con la realización de seis grupos focales con comunicadores de las principales regiones del país. Los mayores problemas de la profesión en Colombia son la precariedad laboral y las presiones para el libre ejercicio informativo, pero los periodistas se sienten satisfechos con su trabajo.

PALABRAS CLAVE: Periodismo, perfil profesional, satisfacción profesional.

ABSTRACT

The journalist socio demographic and labour characteristics in Colombia are described as well as the satisfaction rate in relation to their job is shown in the present article. This is an important issue that affects the way journalists work and also has an important effect on the final informative products that reach the audience. The results were obtained from the application of a survey to 185 journalists in eleven cities, which were complemented with six focal groups of journalists from principal regions of the country. The most important problem within this profession in Colombia is the bad working conditions, the pressure for freedom of the press, but journalists feel satisfied with their work.

KEYWORDS: *Journalism, professional profile, professional satisfaction rate.*

INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de calidad de la información periodística se tiende a pensar en los contenidos que publican los medios de comunicación, pero es extraño que alguien se detenga a pensar en el proceso que hizo posible que esa información llegara a ser publicada y en los factores que contribuyeron a que fuera o no de buena calidad.

Como es apenas lógico, la información que divulgada los medios de comunicación ha pasado por una serie de pasos que incluyen desde la selección de los temas que han de ser cubiertos por los periodistas hasta la manera de indagar las fuentes informativas y de elaborar el producto informativo que llegará al público, es decir, los procesos conocidos como Gatekeeping y Newsmaking (Wolf, 1991).

Ambos procesos se ven interferidos por diferentes elementos que muchas veces impiden que se logren rangos de excelencia en el cubrimiento de la información y en su presentación para los medios. Shultz (2001) considera que la calidad periodística depende principalmente de tres condiciones: disponibilidad de recursos adecuados para efectuar un trabajo periodístico, un ordenamiento político y legal que proteja y garantice la libertad de los medios de comunicación y la adhesión del periodista al cumplimiento de unos estándares profesionales.

Siguiendo a este autor, la inexistencia de herramientas técnicas suficientes para que el reportero haga su trabajo, el estrés, una baja remuneración, las largas jornadas laborales, las presiones y los condicionamientos externos o de la propia empresa a la libertad de prensa, e incluso los problemas familiares o de salud generados por las malas condiciones laborales, influyen en la calidad del periodismo que llega al público.

De ahí que sea cada vez más necesario conocer las condiciones que tienen los periodistas latinoamericanos para ejercer su profesión con calidad, ya que no se debe perder de vista que el periodismo es un servicio de interés público y que el sistema democrático, a veces tan frágil en Latinoamérica, tiene en él uno de sus

pilares fundamentales. Tal como lo señala Pena de Oliveira (2009, p. 180), «la primera obligación del periodismo es con la verdad; su primera lealtad es hacia los ciudadanos».

Mientras en Estados Unidos y Europa hay un buen trayecto recorrido en lo que se refiere a la realización de estudios empíricos sobre las condiciones en que el periodista realiza su trabajo (Weaver *et al.*, 2006; Beam, 2006; Caro & Jiménez, 2006; Sánchez Illán, 2005; Rodríguez-Andrés, 2003; Túñez, 2002; Canel, Rodríguez & Sánchez-Aranda, 2001; Deuze, 2005; Ortega & Humanes, 2000; Reese, 1999; Canel & Sánchez-Aranda, 1999; Canel & Sádaba, 1999; Weaver & Wilhoit, 1996; Henningham, 1995; Pollard, 1995; Diezhandino, Bazunarte & Coca, 1994; Stamm & Underwood, 1993; Donsbach & Klett, 1993; Barret, 1984; Shaver, 1978; Johnstone, Slawski & Bowman, 1976), en los países latinoamericanos se han realizado apenas un puñado de investigaciones sobre el tema (Mellado & Parra, 2008; Mellado *et al.*, 2007; Arroyave & Blanco, 2005; Konrad Adenauer, 2005; Barajas, 2001; Dussailant & Lecaros, 2002; Aguirre, 1990).

En lo que se refiere a Colombia, el antecedente más cercano es la investigación titulada “La situación laboral de los periodistas en Colombia” (Manrique & Cardona, 2003), que establecía que el periodista colombiano era, en promedio, un hombre joven, de 35 años, profesional graduado de una Facultad de Comunicación, con ocho años y medio de experiencia en el oficio, que recibía una asignación mensual de 1'329.038 pesos, muy por debajo de la de otros profesionales, y con una jornada diaria de trabajo que superaba las ocho horas en términos generales.

Seis años después, la presente investigación busca actualizar la información sobre la situación laboral de los periodistas colombianos, encontrar si las condiciones para el ejercicio de la profesión han mejorado, establecer la percepción que tienen los propios periodistas de su trabajo y su satisfacción con el mismo, y proponer soluciones a las problemáticas que aún no se resuelven para, de esta manera, contribuir al mejoramiento del periodismo en Colombia.

Así pues, se plantean las siguientes preguntas de investigación:
P1: ¿Cuál es el perfil sociodemográfico del periodista colombiano?

P2: ¿Cuáles son, en promedio, los rangos salariales, la intensidad horaria y las condiciones de contratación de los periodistas colombianos?

P3: ¿A qué tipo de presiones se ven sometidos los periodistas colombianos en el ejercicio de su profesión?

P4: ¿Qué grado de satisfacción le generan al periodista colombiano su trabajo y sus condiciones laborales?

MÉTODO

Debido a que no existe un censo fiable que describa a los periodistas que laboran actualmente en los medios de comunicación colombianos, se determinó una muestra intencional (n=462) que fue contactada vía telefónica y/o por correo electrónico en el ámbito nacional, cuya información fue obtenida de una base de datos actualizada por el equipo de auxiliares de investigación del Grupo de Investigación en Periodismo, GIP. El índice de respuesta de los encuestados fue de 0,4 (n=185), distribuidos de la siguiente manera: Bogotá (109), Barranquilla (15), Cartagena (9), Santa Marta (6), Pereira (12), Popayán (3), Pasto (3), Villavicencio (3), Manizales (12), Medellín (9) y Cali (4).

De los periodistas encuestados, seis trabajaban en agencias de noticias, 15 en páginas de Internet, 59 en periódicos, 31 en radio, 29 en revistas y 44 en televisión. En promedio, la edad de la muestra fue de 33,57 años (desv. estándar = 8,56), no obstante, la mayoría tenía 24 años al momento de contestar la encuesta. Es necesario aclarar que aunque la muestra no es representativa y pese a que no se pueden generalizar los resultados, sí se puede establecer un panorama de la situación de los periodistas que respondieron a la encuesta, cuya cantidad no es despreciable. Los resultados fueron ampliados posteriormente a través de grupos focales realizados con profesionales de seis de las ciudades más pobladas del país, estas, según el censo de 2005, son Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Cali y Pasto.

El instrumento fue diseñado a modo de encuesta y contenía 34 preguntas que recogían información sobre siete aspectos que, después de la revisión de diferentes estudios sobre el tema, fueron identificados como los más relevantes para establecer el perfil del periodista. Son los siguientes: condiciones laborales y satisfacción con su trabajo (edad, sexo, estudios, exigencias mínimas de vinculación a la empresa); horas laboradas, prestaciones sociales, tipo de contrato, remuneración salarial; obstáculos para el ejercicio de la profesión (tipo de presiones y de dónde provienen); satisfacción con las posibilidades que le ofrece la empresa (salario, horarios, capacitación, ascenso); satisfacción con su desempeño y la calidad de su trabajo (recursos con que cuenta para hacer su trabajo, estímulos, autonomía); relaciones y comunicación (integración con sus compañeros y relación con los jefes); condiciones de salud ocupacional (físicas y ambientales del lugar de trabajo, programas de salud y bienestar del empleado).

Se halló confiabilidad en las siguientes escalas: obstáculos para el ejercicio de la profesión (Alpha de Cronbach: 0,83); satisfacción con las posibilidades que ofrece la empresa (Alpha de Cronbach: 0,67); satisfacción con el desempeño y la calidad de su trabajo (Alpha de Cronbach: 0,80); relaciones y comunicación (Alpha de Cronbach: 0,82); y condiciones de salud ocupacional (Alpha de Cronbach: 0,82).

Luego de un análisis preliminar de los resultados de las encuestas, se procedió a realizar los grupos focales, enfatizando en estos mismos aspectos. Pese a que distintos investigadores sostienen que de cuatro a cinco grupos focales de discusión son suficientes para obtener la información necesaria para adelantar una investigación de algún fenómeno social (Flores & Alonso, 2001; Frey & Fontana, 1993), se optó por utilizar también los métodos cuantitativos para tener una descripción muy fiel de la situación de los periodistas colombianos y, a través de los métodos cualitativos, entender por qué suceden y cómo son percibidos esos fenómenos por los informadores.

COLOMBIA, UN LUGAR POCO APTO PARA EL PERIODISMO

Antes de entrar de lleno en los resultados encontrados, es necesario que el lector entienda las condiciones sociales, económicas y políticas de Colombia, que actúan igualmente como condicionantes del ejercicio periodístico.

Colombia adolece de una combinación entre conflicto interno, narcotráfico y corrupción, que se siente con mayor intensidad en las regiones, aunque no es tampoco ajena a las grandes urbes. Desde hace más de 50 años, las guerrillas se enfrentan con el gobierno democráticamente establecido en un conflicto en el cual se han desdibujado las ideologías para acercarse más a los intereses económicos, ya que las guerrillas y los grupos paramilitares que en un tiempo entraron a contrarrestarlas, ante la falta de presencia del Estado, se metieron de lleno en el negocio ilegal del narcotráfico, que permea incluso los ámbitos gubernamentales y políticos.

Esta situación alude irremediablemente a la violación de la libertad de prensa, ya que en muchas regiones del país los periodistas deben realizar su trabajo atendiendo a los intereses de los grupos al margen de la ley o intentando no tocar los temas que los involucran, por temor a las represalias. El hecho de que existan políticos y personajes del gobierno local o regional involucrados en actividades ilícitas complica aún más la situación, porque deja al periodista en una situación de indefensión, sin la posibilidad de buscar el apoyo de quienes detentan el poder.

El informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia, de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP, 2009), señala que en 2008 se presentaron 130 violaciones a la libertad de prensa, lo cual representa una disminución de aproximadamente 20% en comparación con 2007, cuando se registraron 162.

En 2008 no se presentaron asesinatos de periodistas por razones de oficio y las amenazas contra ellos se redujeron en un 15% en comparación con 2007, pero estas «siguen siendo la principal forma de intimidación y el mecanismo más efectivo para coartar

el ejercicio informativo e impedir que ciertos temas salgan a la luz pública» (FLIP, 2009, p. 7).

Por otra parte, con excepción de un sinnúmero de periódicos diarios de corta circulación y de emisoras y canales comunitarios de televisión de alcance limitado, esparcidos por la geografía nacional, los grandes medios de comunicación de Colombia están en manos de conglomerados empresariales. Esto hace que en muchos casos los intereses comerciales primen sobre los informativos y que, al presentarse el fenómeno de concentración de medios en pocas manos, los colombianos tengan pocas opciones de recibir la información desde distintas ópticas. Igualmente, la crisis económica global de los últimos años ha afectado también a Colombia, con lo cual, desde hace unos dos años, se vienen presentando cierres de algunos medios de comunicación y despidos masivos en otros.

Además, en Colombia no existe actualmente ningún control respecto de la condición del periodista, pues desde la abolición de la tarjeta profesional, en 1975, y la extinción de la categoría de profesión, en 1998, el periodismo pasó a convertirse prácticamente en una actividad que cualquier persona puede ejercer libremente. Esto en principio podría parecer positivo, ya que se democratizó el ejercicio del periodismo, pero, considerando la responsabilidad que implica informar a miles de personas sobre lo que ocurre en su entorno, sería preferible una mínima preparación de los periodistas en aspectos como manejo de fuentes, verificación de información, equilibrio informativo, contextualización suficiente de los hechos y otros que no siempre observan las personas que llegan al periodismo desde otras actividades profesionales u ocupacionales.

Desde hace un año rige una legislación expedida para procurar la protección laboral y profesional de los periodistas, pero no incluye ninguna disposición sobre condiciones para su ejercicio; además, enfrenta problemas de eficacia en su aplicación porque tiene meros efectos declarativos.

En este contexto se enmarcan los hallazgos de la presente investigación, que se presentan a continuación.

JÓVENES, PERO CON EXPERIENCIA Y EDUCACIÓN FORMAL

El perfil de los periodistas encuestados está constituido por personas jóvenes, en su mayoría hombres (64,8%) menores de 41 años (81,6%), con grado universitario (76,7%), generalmente en Comunicación y/o Periodismo, ya que le fue solicitado como requisito de ingreso laboral al 69,7% de los 185 encuestados. Los estudios de postgrado, en cambio, no parecen ser de interés para las empresas periodísticas, que los demandan en apenas un 5,9% de ocasiones.

Por otro lado, llama la atención que, cada vez con más frecuencia, se les pide a los periodistas que tengan experiencia laboral previa (53,5%) y que dominen las nuevas tecnologías de la información (44,8%). En lo que se refiere al primer aspecto, es frecuente que las empresas cuenten como experiencia laboral aquella que los aspirantes a empleados han adquirido como parte de las prácticas profesionales, especialmente las que han sido realizadas en la misma organización.

Y aunque para las empresas periodísticas empieza a ser importante el tema de la formación de los comunicadores, no dan muchas oportunidades para que estos sigan estudiando. Pocos medios se dan el lujo de conceder permisos a sus empleados para que realicen estudios de postgrado, no los financian ni los alientan.

No hay estímulos ni recursos para acceder a la formación. La empresa no establece exigencias de capacitación y tampoco reconoce los méritos de quienes la realicen por su cuenta (periodista grupo focal Bucaramanga).

Sin embargo, esta es una de las cosas que más piden los formadores consultados.

Yo espero que las empresas tomen conciencia de que los periodistas somos personas que sentimos, tenemos inquietudes y necesitamos que nos permitan capacitarnos. Porque cuando uno de nosotros dice 'me voy a hacer un postgrado en el exterior un año', la empresa le responde 'no, sólo le damos licencia de seis meses' y el periodista se ve obligado a renunciar. Si quieren periodistas integrales, si quieren tener gente buena, permitan que esa persona se vaya y haga su postgrado, o que salga a las 4:00 ó 5:00

de la tarde y se vaya tranquila a su universidad. Eso uno como periodista lo aprecia mucho, porque le abre campo (periodista grupo focal Cali).

INESTABILIDAD Y MALA REMUNERACIÓN

De los 185 periodistas encuestados, el 34% recibe un salario mensual superior al millón de pesos, pero inferior a los dos millones, mientras el 27,6% se encuentra en el rango entre 500 mil pesos y un millón.

Al observar estos resultados por medio de comunicación, se encuentran algunas sorpresas. Hasta hace algunos años la televisión era el medio mejor pagado en el contexto colombiano, pues el salario mensual de los periodistas superaba los tres millones de pesos. Hoy los rangos de remuneración han bajado considerablemente y vemos cómo la gran mayoría de encuestados que trabaja en televisión no supera los dos millones de pesos (78,2%). En contraposición, según la encuesta, los periodistas mejor remunerados son los de revistas, que en más del 50% de las ocasiones tienen ingresos superiores a los tres millones de pesos, al igual que los empleados por agencias de noticias.

Los comunicadores que trabajan en la radio y en los periódicos resultan ser los peor remunerados. En el primer caso, el 54,5% de los periodistas radiales gana menos de un millón de pesos, mientras el 58,2% de quienes laboran en periódicos gana menos de esa cifra.

Los periodistas de Internet, por su parte, se ubican mayoritariamente (50%) en el rango salarial que supera el millón de pesos, con un tope de dos millones de pesos, pero el otro 50% está repartido en los rangos superiores (más de dos millones y más de tres millones de pesos), lo cual muestra que este medio se proyecta como uno de los mejor pagos en la actualidad.

Dado lo anterior, resulta inquietante que el nivel de satisfacción con el salario recibido se mantenga entre los rangos medio (41,1%) y medio alto (26,5%), mayoritariamente. Quizás la explicación a este fenómeno esté dada porque al ser periodistas con poca

trayectoria en los medios sienten que la remuneración que obtienen es la adecuada. Sin embargo, no dejan de sorprender casos de profesionales con más de 15 años de vinculación a un medio y que se sienten satisfechos con el hecho de ganar \$1.500.000.

A los bajos rangos de remuneración hay que sumarle la inestabilidad. Aunque la mayor parte de los periodistas tienen contrato a término indefinido, lo cierto es que esperan mejores oportunidades y, por tanto, generan poco compromiso con la empresa, con lo cual, la rotación es bastante alta.

También hay un número importante de comunicadores con contrato a término fijo, que se renueva cada cuatro, seis meses o un año, otros a quienes les pagan por prestación de servicios y deben pasar mensualmente una cuenta de cobro, y algunos más que no son empleados de la empresa periodística sino que arriendan los espacios y viven de la publicidad que logran vender.

Todos los que trabajamos en el canal tenemos un contrato que se renueva cada cuatro meses o cada semestre. El sistema de contratación es muy malo porque es inestable, no permite proyectarse (periodista grupo focal Pasto).

El sistema laboral de muchos de mis compañeros no es óptimo, porque están contratados a través de una empresa temporal y no hacen parte directa de la compañía. Este sistema garantiza que uno no tenga antigüedad, porque te liquidan cumplidos los 12 meses de trabajo (periodista grupo focal Bogotá).

En lo que se refiere a los horarios de trabajo, las jornadas laborales parecen haberse moderado frente a lo que se daba en épocas anteriores. Manrique y Cardona (2003) señalaban, por ejemplo, que el 87% de los periodistas colombianos tenía en esa época un promedio de 5,3 horas extra trabajadas a la semana, las cuales no eran pagas. En la presente encuesta, el 57,3% de los encuestados dice trabajar entre ocho y diez horas diarias, seguido del 26,5% que lo hace entre 11 y 13. El 29,7% de los periodistas tiene un nivel medio de satisfacción con este tema, mientras el 29,2% se encuentra satisfe-

cho en un nivel medio alto con los horarios de trabajo. Si se observa la información por medio de comunicación, los más insatisfechos resultan ser los periodistas de televisión, ya que en su gran mayoría (58,7%) trabajan entre 11 y 16 horas diarias.

Este es un aspecto que se cree inherente a la profesión, pero que, sin duda, desmejora mucho las condiciones laborales y familiares de los periodistas. En consecuencia, debería considerarse como un derecho el pago de horas extras, ya que son labores que se realizan excediendo el número de horas promedio de la jornada laboral, que en Colombia se encuentra en 8,5 horas diarias.

En la producción informativa no contamos con nuestro tiempo. A veces creo que en un día determinado voy a salir temprano y hago planes. De repente pasa algo y me dan las 10:00 de la noche produciendo información. Desde el punto de vista laboral, esta falta de autonomía termina siendo una pérdida para uno. No tengo horas extras, pero la información se tiene que producir a cualquier hora y tiene que salir porque la nota a las 6:00 a.m. del otro día ya no sirve para nada. Ese tipo de esfuerzos diarios no son reconocidos por el medio (periodista grupo focal Bogotá).

En algunos casos la situación se complica más, porque los periodistas deben duplicar sus jornadas, ya que no mantienen una fuente única de ingresos sino que tienen otros empleos o actividades alternas que les permiten mejorar sus precarias condiciones monetarias. Por ejemplo, un periodista contratado como reportero de un noticiero radial puede al mismo tiempo arrendar un espacio para manejar su propio programa, del cual recibe mejores ingresos por venta de publicidad.

Los periodistas somos creativos y nos la hemos ingeniado para sobrevivir con la puesta en marcha de algunas alternativas. Nos convertimos en empleadores de nosotros mismos, autocontratándonos en el más simple sentido. En ese orden de ideas, han surgido micronoticieros, radiorevistas de media hora de duración en la radio, concesionados y pagados con antelación a los dueños de las estaciones radiales. No hemos vendido un peso en pautas comerciales y ya está saldada la cuenta con el medio. En

síntesis, es una sobretasa a las palabras, a la información que llegará a los oyentes (periodista grupo focal Barranquilla).

LIBERTAD CONDICIONADA

Aunque la gran mayoría de los encuestados dice no sufrir presiones para el libre ejercicio de su trabajo, una quinta parte de los periodistas consultados se ha visto afectada para realizar su trabajo por diversos factores: económicos (19%), políticos (15%), sociales (11%) o del conflicto armado (16%).

Estas presiones provienen especialmente de los grupos políticos (14%), lo cual se entiende más en las regiones, donde muchas veces los medios de comunicación encuentran en los gobernadores y alcaldes a los mayores pautantes publicitarios, por lo cual la independencia del periodista se ve comprometida.

A veces los representantes de ciertos clientes le piden a uno que les haga este o aquel favor. Se trata de medios privados que tienen intereses y a veces toca escribir artículos de este tipo (periodista grupo focal Bogotá).

Yo recuerdo lo que dijo el presidente Uribe en la cumbre de Río, que en Colombia la libertad de prensa había crecido, pero yo cada vez la veo más coartada. Se ha disminuido el tema de las amenazas y atentados contra el gremio, pero muchas veces tenemos que estar supeditados a lo que diga el ministro, el secretario de deporte, simplemente porque nos pagó una publicidad. Debemos resaltar sólo lo bueno (periodista grupo focal Cali).

Por otra parte, el conflicto armado que vive Colombia desde hace más de 50 años y que involucra a las fuerzas del Estado con la guerrilla y con los grupos paramilitares, ha llevado a que los periodistas se *autorregulen* o mejor, se *autocensuren* para evitar ser amenazados o agredidos por alguno de los actores. La situación se ha vuelto tan común, que ya ni siquiera la toman como un ataque a la libertad de prensa sino como una estrategia que el periodista debe seguir para librarse de los problemas:

Libertad, sí hay. Claro que se dan presiones externas, pero uno se autorregula, por ejemplo con mensajes de la guerrilla, a veces cifrados. Una vez anunciaron una Fiesta en San Pablo, pero en realidad era una toma. Recuerdo que la guerrilla me llevó una vez a la inauguración de un frente. Me dijeron de un operativo de confiscación de dinamita, pero realmente fue para presenciar la inauguración del frente. Sin embargo, amenazas no he sufrido (periodista grupo focal Pasto).

Yo soy práctico, no me meto en terrenos vedados. Tengo una vida tranquila y no arriesgo el pellejo porque no hay garantías. Sí hay amenazas de la guerrilla, de los 'paras' o del mismo Estado. De la Policía, por ejemplo, no se puede hablar mal. Yo no confío en el Estado, ni en la Policía ni en el Ejército (periodista grupo focal Pasto).

Según los periodistas consultados, los actores que ejercen presiones sobre el ejercicio periodístico son los siguientes: grupos políticos (14%); anunciantes (12%); paramilitares (11%), guerrilla (11%), empresa periodística (11%) e instituciones del estado (8%).

PASIÓN POR EL PERIODISMO

Sin embargo, pese a las extensas jornadas laborales, la mala remuneración salarial y los condicionamientos a la libertad de prensa, los periodistas colombianos dicen sentirse muy satisfechos con las funciones que deben realizar en el cumplimiento de su labor. En el rango del nivel de satisfacción medio-alto se encuentra el 46,5% de los encuestados, seguido del 34%, cuyo nivel de satisfacción es alto.

Lo anterior reafirma una especie de premisa de estos profesionales que se refiere a la pasión por el oficio. Igualmente, el periodista colombiano valora positivamente otros aspectos de su labor como la autonomía y la relación con sus colegas y jefes inmediatos.

El 44,9% de los encuestados afirma tener un nivel medio-alto de satisfacción con la autonomía que posee para realizar su trabajo, mientras un 28,6% está en el rango alto de satisfacción con este aspecto. En cuanto a la libertad para tomar decisiones, el 38,9% se encuentra en un nivel medio-alto de satisfacción y el 27% en el rango de satisfacción alto.

En lo que se refiere a la relación con los jefes inmediatos, los periodistas dicen sentirse a gusto con el trato que reciben por parte de estos (44,9% está satisfecho en alto grado y 31,3% en grado medio-alto) y destacan la facilidad de comunicación que tienen con ellos, lo cual repercute en un alto nivel de satisfacción (43,8%) y en un nivel medio-alto de satisfacción (40%). Un poco menos positiva es la percepción sobre el estímulo que reciben por parte de sus jefes cuando hacen bien su trabajo. En este aspecto, un 31,3% se siente medianamente satisfecho y otro 31,3% está satisfecho en un nivel medio-alto.

La buena relación con los compañeros de trabajo es otro de los factores que contribuye a que los periodistas se sientan a gusto con la actividad que realizan. El 37,3% siente un alto nivel de satisfacción con la integración lograda con sus compañeros de trabajo, mientras que el 35,7% dice sentir un nivel de satisfacción medio-alto.

En este aspecto, la presente investigación corrobora lo encontrado en diferentes estudios realizados en el ámbito internacional: Weaver & Wilhoit (1996) reportan que en países como Alemania un 95% de los periodistas está satisfecho con su trabajo, en Canadá un 85%, en Francia un 87%, en Reino Unido un 82% y en Estados Unidos un 77%.

Igualmente, una investigación de Arroyave & Blanco (2005), que indaga a través de grupos focales por las condiciones laborales de los periodistas de Uruguay, El Salvador, República Dominicana y Argentina, apunta a que los periodistas se muestran satisfechos con su trabajo y hablan muy positivamente del rol que desempeñan en la sociedad. Sin embargo, como bien lo señalan estos autores, es posible que los participantes en estos focos hayan suministrado lo que se conoce como *respuestas socialmente aceptadas*, ya que temen reconocer que están frustrados con su trabajo y ser considerados como perdedores (Barret, 1984).

CONCLUSIONES

En primer término, las universidades que ofrecen carreras de periodismo tienen dos tareas importantes: de un lado, debido a que las empresas periodísticas solicitan experiencia laboral previa antes de contratar a un periodista, es importante que velen porque el perfil del estudiante en prácticas corresponda al que la empresa necesita verdaderamente y en el cual se desempeñará de manera más eficiente, de acuerdo con sus competencias y habilidades. De otro, ha quedado claro que a la gran mayoría de periodistas le gustaría seguir estudiando en un programa formal de especialización o de maestría, o hacer cursos de corta duración para actualizarse, pero no encuentra oferta suficiente. En este sentido, urge una revisión de los programas de formación continua y de los posgrados que ofrecen las universidades, de manera que puedan cubrir una necesidad creciente de los periodistas. Pensar en la posibilidad de abrir programas virtuales podría constituirse en una solución para el problema de tiempos y de permisos que afrontan estos profesionales.

De cara a las responsabilidades de las empresas periodísticas, es necesario que estas examinen la flexibilidad para otorgar permisos y apoyos financieros, con el fin de que los comunicadores realicen cursos de actualización y estudios de posgrado, dado que esos conocimientos beneficiarán a la propia organización y a la calidad de la información que reciban los ciudadanos.

Como premisa fundamental, urge la necesidad de que se mejoren las condiciones de contratación de los periodistas, quienes muchas veces se ven expuestos a perder su independencia y a “venderse al mejor postor” por la inexistencia de un contrato laboral digno, que les reconozca sus derechos a la seguridad social y al pago de horas extra y prestaciones.

Si bien es cierto que estos profesionales se sienten satisfechos con su labor, que es más una vocación que cualquier otra cosa, las presiones de los anunciantes, de la misma empresa periodística y de diversos factores, hacen difícil pensar en que se den las condiciones necesarias para un pleno desarrollo de la calidad informativa.

Quedan entonces planteados varios interrogantes para futuras investigaciones. Por ejemplo, ¿de qué manera influyen las condiciones laborales de los periodistas en la calidad de la información que producen? Esto llevaría a hablar de los recursos con que cuentan para ejercer su profesión, los tiempos de trabajo y el número de notas periodísticas que deben producir por día. Igualmente, llevaría a determinar casos específicos de presiones sobre la consulta de fuentes y los enfoques que les exigen darle a las informaciones, cosas que se entrevén en esta investigación, pero que requieren una indagación más precisa.

Igualmente, serían de gran interés investigaciones sobre la repercusión de la actividad del periodista en su vida personal y familiar, y en la salud del profesional de la información, ya que los niveles de estrés altos, sumados a extensas jornadas laborales, pueden ser detonadores de enfermedades.

Quedan entonces planteados los retos para una profesión de gran importancia y riesgo en Colombia que, pese a su importante función social, suele ser poco valorada.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. (1990). Perfil ocupacional de los periodistas de Caracas. *Revista Comunicación*, 69, 6-17
- Arroyave, J. & Blanco, I. (2005). Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación. *Investigación & Desarrollo*, 13(2), 364-389.
- Barajas, E. (2001). El estrés periodístico en la ciudad de Chihuahua. *Revista Latina de Comunicación Social*, 44, 1-7. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina44septiembre/4401edith.htm> (recuperado el 23/10/2009).
- Barrett, G. (1984). Job satisfaction among newspaper women. *Journalism Quarterly*, 61, 593-599.
- Beam, R. (2006). Organizational Goals and Priorities and the Job Satisfaction of U.S. Journalists. *Journalism Quarterly*, 83(1), 169-185.
- Canel, M. J. & Sádaba, T. (1999). La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión. *Comunicación y Sociedad*, 12(2), 9-32.
- Canel, M. J.; Rodríguez, R. & Sánchez-Aranda, J. J. (2001). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: CIS.
- Canel, M.J. & Sánchez-Aranda, J.J. (1999). La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias. *Anàlisi*, 23, 151-170.
- Caro, F. & Jiménez, G. (2006). Periodistas: el acceso al mercado laboral. *Ámbitos*, 15, 113-224.
- Deuze, M. (2005). What is Journalism?: Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Diezhandino, M., Bezunarte, O. & Coca, C. (1994). *La élite de los periodistas*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Donsbach, W. & Klett, B. (1993). Subjective Objectivity. How Journalists in Four Countries define a key term of their Profession. *Gazzete*, 51, 53-83.
- Dussaillant, P. & Lecaros, M.J. (2002). Perfil del periodista chileno: algunas actitudes y prácticas profesionales. *Reflexiones Académicas*, 14, 75-97.

- Flores, J.G. & Alonso, C.G. (2001). Using Focus Groups in Education Research: Exploring Teachers' Perspective on Educational Change. *Evaluation Review*, 19, 16-29
- Frey, J.H. & Fontana, A. (1993). The Group Interview in Social Research. In D.L. Morgan (Ed.). *Successful focus groups: Advancing the state of the art*. Newbury Park, CA: Sage, 20-34.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2009). *La amenaza y la estigmatización: intimidaciones invisibles contra la prensa. Informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia en 2008*. Bogotá: FLIP.
- Henningham, J. (1995). Journalism in the USA and Australia: Some Comparisons. *Australian Journal of Communication*, 22(1), 77-91.
- Johnstone, J.W.C., Slawski, E. & Bowman, W. (1976). *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and their Work*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Konrad Adenauer (2005). *Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos*. Program of Communication Media and Society: IPYS.
- Manrique, A. & Cardona, I. (2003). *Situación laboral de los periodistas en Colombia. Informe de la investigación*. Bogotá: Cátedra Konrad Adenauer de Comunicación y Democracia.
- Mellado, C. & Parra, E. (2008). Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile. *Opción*, 24(55), 145-167.
- Mellado, C. et al. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *Revista Zer*, 12(23), 139-194.
- Ortega, F. & Humanes, M.L. (2000). Periodistas del siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 5, 153-170.
- Pena de Oliveira, F. (2009) *Teoría del periodismo*. México: Alfaomega.
- Pollard, G. (1995). Job Satisfaction Among Newswriters: The Influence of Professionalism, Perceptions of Organizational Structure and Social Attributes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72, 682-87.
- Reese, S. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de jerarquía de influencias. *Comunicación y Sociedad*, 12(2), 47-68.
- Rodríguez-Andrés, R. (2003). Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional. *Ámbitos*, 9-10, 487-504.

- Sánchez Illán, J. C. (2005). El perfil profesional del periodista español. Evolución reciente y nuevos desafíos (1990-2005). *Telos*, 63, 85
- Schulz, W. (2001) Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society. Bajomi-Lázár, P & Hegedüs, I. (Eds.). *Media and Politics*. Budapest: New Mandate Publishing House, 47-57.
- Shaver, H.C. (1978). Job Satisfaction and Dissatisfaction among Journalism Graduates. *Journalism Quarterly*, 55, 54-61.
- Stamm, K. & Underwood, D. (1993, Autumn). The Relationship of Job Satisfaction to Newsroom Policy Changes. *Journalism Quarterly*, 70, 528-54.
- Túñez, M. (2002). *A Situación Laboral dos Xornalistas Galego*. Santiago de Compostela: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- Weaver, D. et ál. (2006). *The American journalist in the 21th century: U.S. news people at the dawn of a new millenium*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weaver, D. (1999). Las actitudes profesionales de los periodistas en un contexto global. *Comunicación y Sociedad*, 12(2), 33-45.
- Weaver, D. & Wilhoit, C. (1996). *The American journalist*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.