

Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile

Claudia Mellado Ruiz
Elizabeth Parra

Departamento de Comunicación Social,
Universidad de Concepción (Chile)
claudiamellado@udec.cl, cmellado@indiana.edu

Resumen

Este artículo recoge los resultados obtenidos sobre el perfil socio-demográfico y laboral del periodista y comunicador social chileno. Sobre la base de un estudio censal de dichos profesionales en la región del Bío-Bío —segunda zona más importante del país—, se aplicó una batería de escalas que permitió conocer sus características sociodemográficas, personales, aspectos de su realidad laboral y formativa, sobre una muestra aleatoria estratificada. La importancia de la información recogida permite constatar algunas premisas con respecto al tipo de profesional que hoy egresa de las universidades y que mediante su rol influye en la mediatización social de la realidad. Asimismo, aporta elementos fundamentales a la discusión en torno al estado del arte sobre los estudios de la profesión periodística y los profesionales de la Comunicación en el ámbito global, lo que abre las puertas a investigaciones comparativas posteriores que comiencen a generar resultados en Latinoamérica.

Palabras claves: periodistas, comunicadores sociales, perfil profesional, mercado laboral.

Indicators of identity and profile of the regional journalist in Chile

Abstract

This article presents and discusses the results obtained on the sociodemographic and working profile of the Chilean journalist and social communicator. On the basis of a census of these professionals in the region del Bío-Bío —the second most important zone of the country— a random stratified sample was surveyed to determine their sociodemographic characteristics, as well as aspects of their working condition, academic training and personal life. The information from this study leads to some conclusions with regard to the type of professionals who graduate from universities and who through their role influence the social construction of reality. In addition, this study contributes to the discussion of the state of the art studies of the journalistic profession and professionals of communication globally, opening the door for subsequent comparative research that can start to generate results at the Latin American level.

Key words: journalists, social communicators, professional profile, labor market.

INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre la profesión periodística tienen un camino bastante avanzado en el mundo. Investigadores de Estados Unidos (Weaver, 2006, 1998; Deuze, 2001; Beam, 1990; Reese and Cohen, 2000), España (Canel y Sánchez-Aranda, 1999; Canel, Rodríguez y Aranda, 2001; Diezhandino, Bezunarte y Coca, 1994), Alemania (Donsbach, 1993), Groenlandia (Brodson, 1994), Australia (Henningham, 1995) y Canadá (Johansen *et ál.*, 2001), entre otros, han caracterizado la profesión desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, logrando aislar ciertos elementos que forman parte de la realidad laboral y profesional de los periodistas.

No obstante, analizar hoy la realidad de la profesión periodística continúa siendo una tarea tan compleja como definir quiénes son los propios profesionales de la Comunicación, dada la diversidad de conceptos que han sido acuñados por los autores que se han dedicado al estudio del

tema en diferentes estructuras sociales (Mellado *et ál.*, 2007). Weaver (1998) plantea que realizar esta tarea es internarse en un mundo ambiguo e investigado de formas divergentes, con términos muchas veces confusos y presunciones poco probables.

En ese contexto, el artículo pretende describir y analizar algunos indicadores individuales que permitan perfilar al periodista a la luz del nuevo escenario social y tecnológico existente. El texto se inscribe en los estudios amparados por la Sociología de la profesión periodística y, dentro de ellos, en la investigación sobre el perfil ocupacional, profesional y el mercado laboral del profesional de la Comunicación.

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Cuestión de identidad

Varios autores en distintas partes del mundo han señalado una pérdida de coherencia en el campo de la educación y estudios del Periodismo (Deuze, 2005). En el ámbito regional, en la Conferencia Hemisférica sobre la Modernización de la Enseñanza en Periodismo, celebrada en el año 1995 —bajo el alero del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (Claep)—, se logró detectar que los principales problemas sobre el tema incluían: la falta de una enseñanza de tipo práctico; el énfasis excesivo en las conferencias y en el aprendizaje mecánico más que en el aprendizaje de tipo participativo, así como la rigidez de un plan de estudios según el cual los asistentes cursan todas sus materias sin interactuar con alumnos de otros lugares.

Se observó también que los estudiantes se gradúan con una preparación bastante deficiente; que las facultades generan un número excesivo de profesionales para la demanda laboral existente; que existen distintas posiciones sobre la obligación de graduación académica para ejercer como periodista; que existen fallas de carácter académico y que la indefinición curricular de muchos centros públicos y privados termina por dejar la puerta abierta a casi cualquier salida profesional, lo que genera aún más ruido en el área. Todas estas características, a pesar de haber sido enumeradas hace 12 años, hoy mantienen absoluta validez.

Ya en el año 1983 Martínez Albertos venía proclamando que las causas de la crisis del Periodismo estaban relacionadas con la disgregación e individualismo de la profesión, su desarrollo como un mero oficio,

la escasa integración en los colegios y asociaciones profesionales y, sobre todo, un inexistente apoyo institucional.

Desde esta perspectiva, aunque las necesidades y demandas específicas difieren de región en región y son en gran medida determinadas por su particular cultura, leyes e historia, la pugna entre el conocimiento contextual/práctico y la educación teórica —o como Highton (1967) los ha llamado, entre los *chi-squares* y los *green eyeshades*— ha sido siempre el área más importante de atención dentro de los programas de Periodismo en todo el mundo (Morgan, 1998).

Esta continua pugna identitaria ha llevado a observadores a concluir que “la educación en periodismo no ha terminado ni como pescado ni como ave; no amada por la industria y tolerada apenas por la academia” (Raudsepp, citado en Deuze, 2001:5) (1-2).

De esta forma, la concepción del periodista ha variado de acuerdo con la escuela o enfoque subyacente. Quienes trabajan según el paradigma anglosajón, conceptualizan al periodista como el profesional que trabaja en medios de comunicación; mientras que quienes siguen la perspectiva europea, comienzan a incluir a quienes no solo trabajan en los *mass media*, sino que también laboran en gabinetes de comunicación y universidades (Reig, 2002; Mellado *et ál.*, 2006; De Guzmán, 1989; Martínez Solana, 2004) (3).

1.2. Estudios sobre la profesión periodística

Pero aunque la formación e investigación en Periodismo y Comunicación Social en América Latina —la cual se ha nutrido de ambos continentes— ha sido objeto de preocupación de diversos académicos y estudiosos de la región, el estudio sobre quiénes forman y dan vida a la profesión periodística en el continente, no ha sido tan abundante ni sistemático en cada uno de los países que lo integran. Muy posiblemente esto sea producto de la ambigüedad sobre la naturaleza de la labor del comunicador y su inclusión dentro de las profesiones en sentido tradicional (Ortega y Humanes, 2000). Tal como diría Halloran (1974:11), “no se ha estudiado sistemáticamente al comunicador en los distintos niveles de su operación y todavía tenemos que desarrollar una teoría que permita el análisis sistemático de sus decisiones”. Asimismo, se ha categorizado al periodista de manera bastante dispar o sobre la base de contextos y realidades culturales foráneas (4).

En Latinoamérica los estudios más importantes sobre los profesionales de la Comunicación y la profesión periodística han venido de la mano de autores como Virtue (1995), Bennasini (2001, 2000), Marques De Melo (2001), Zalba y Bustos (2001), Pereira (2005) y Subervi (2004), entre otros.

Si bien en Chile estas investigaciones tienen corta data (Mellado *et ál.*, 2007, 2006, 2005; Gutiérrez y Lavín, 2003; Gronemeyer, 2002; Lecaros, 2000) (5) —durante los últimos 30 años se ha priorizado como objeto de investigación los estudios de recepción y los medios de comunicación (Castellón, 2006; Torrico, 1997)—, el interés por el desarrollo de material científico sobre los profesionales de la Comunicación se ha visto incrementado debido a los inmensos cambios culturales, sociales y educacionales que han empapado las últimas dos décadas.

En efecto, a estas alturas hay evidencias de que la Sociedad Industrial dejó de ser el motor principal que dirige y organiza socialmente las actividades humanas, al menos en el ámbito de los servicios (Costa, 1995; Mellado *et ál.*, 2005). Transitamos en la Sociedad del Conocimiento y, efectivamente, hay transformaciones de orden tecnológico que tienen radical impacto en las formas de ser, de estar en el mundo y de satisfacer necesidades.

Concretamente, el campo de las comunicaciones representa desde hace más de 20 años una de las áreas de más visible desarrollo profesional en Latinoamérica. Ello se ve reflejado en el número de universidades que actualmente dictan programas conducentes a la licenciatura en Comunicación Social, habitualmente asociados a la carrera de Periodismo, pero crecientemente también a otras relacionadas con el área, como las de comunicación audiovisual, cine y televisión (Corrales, 2006). Datos de Felafacs hablan de más de 1.000 Facultades de Comunicación y Periodismo en el continente hasta el año 2005.

En Chile, la Reforma al Sistema de Educación Superior de 1980 y la articulación de la Loce (Ley Orgánica Constitucional de Educación) significó la apertura de las universidades privadas, lo que se tradujo en una importante expansión de la matrícula en las distintas áreas del saber. En lo que se refiere a la enseñanza del Periodismo y de acuerdo con datos del Consejo Superior de Educación, es posible observar que de un total de 6 carreras y programas que existían en Chile en 1986, para el año 2001 se tenían 41 programas a cargo de 35 universidades, y 64 programas a cargo de

36 universidades en el año 2006, de los cuales 32 se encuentran en la región Metropolitana y los 32 restantes son dictados en otras regiones. En términos de matrícula de estudiantes, en tanto, esto significó que entre 1991 y el año 2001, el número de alumnos (casi 1.700) que estudiaba la carrera de Periodismo se incrementó en más de 450%, lo que implica un crecimiento de casi 8.000 en el ámbito nacional (Corrales, 2006).

Dentro de los estudios sobre la profesión periodística efectuados nacionalmente, los aspectos más analizados se han correspondido con la ética y las rutinas profesionales, siempre restringidas a la conceptualización tradicional del Periodismo, es decir, al campo de acción de los periodistas que ejercen su labor en algún medio de comunicación tradicional o Internet. Solo durante los últimos 10 años es cuando han surgido —amparados desde el paradigma Institucional— estudios emergentes que conceptualizan al profesional de las comunicaciones según el nuevo contexto laboral y profesional que se vive actualmente en la sociedad chilena.

1.3. Nuevas facetas, nuevas conceptualizaciones

Además de cierto histrionismo y habilidad interpersonal, el Periodismo comparte con la actuación su capacidad camaleónica. Con más facilidad de la recomendable en muchos casos, los profesionales transitan ejerciendo trabajos en distintas áreas. Debate aparte es si ese “In Berlin, ich bin ein Berliner” (6) forma parte de un humanismo integrador o de una audacia forzada por una sobreoferta en tiempo de baja demanda. Debate al margen es también el rol de las universidades en cuanto a definir especialidades profesionales para un mercado de alta segmentación.

Uno de los últimos estudios realizados sobre el tema (Mellado *et al.*, 2006) delineó la tipología estructural del mercado laboral del periodista chileno, refiriéndose a: 1) cuatro áreas laborales por competencia, existentes en el mercado laboral y en la formación universitaria que se otorga a los nuevos periodistas y comunicadores sociales, a saber: producción de contenido institucional, producción de contenido de prensa, docencia y producción independiente. 2) Asimismo, y en cuanto a los sectores laborales por rubro o giro del empleador, se detectaron seis nichos: educación, medios, Estado o sector público, empresa privada, sociedad civil, generadoras de contenido independiente (7). Un trabajo preliminar de Gutiérrez y Lavín (2003) comenzó a esbozar el nuevo panorama que hoy lidera el mercado laboral y los estudios sobre los profesionales de la Comunicación en el país.

Sobre este escenario —aunque no intentando escapar de la necesaria y pendiente reflexión epistemológica sobre la identidad del campo de la Comunicación y las consecuencias de los caminos que la formación ha seguido en la región y en el mundo— cabe entonces preguntarse más allá de impresiones subjetivas, quiénes son y a qué demandas sociales responden los periodistas y comunicadores sociales que hoy forman el mercado laboral regional chileno y gestionan la información en diferentes formatos y soportes, mediatizando la realidad social de su entorno.

2. METODOLOGÍA

La investigación sobre el perfil del profesional de las comunicaciones en el sur de Chile se enmarcó en un estudio descriptivo seccional tipo encuesta. Para medir los aspectos sociodemográficos, personales, así como los vinculados a la situación laboral y profesional de los periodistas en ejercicio dentro de la región estudiada, se diseñó una batería de escalas estructurada con preguntas cerradas cuyas respuestas se representaron en escalas tipo Likert, dicotómica y selección múltiple, para ser aplicada a una muestra aleatoria estratificada no proporcional (8) de los periodistas ya mencionados (9).

En una primera fase de carácter cualitativa, por medio de una estrategia inductiva se identificaron las variables críticas necesarias para medir lo deseado. Luego, en etapas posteriores, se determinaron los diversos factores, para luego construir los ítems pertenecientes al cuestionario, efectuar pruebas pilotos y análisis factoriales que verificaron la validez de ese cuestionario. El índice de Alpha de Cronbach del cuestionario alcanzó en términos generales el 0,91.

La aplicación del cuestionario se realizó entre marzo y junio de 2006. Se efectuaron hasta dos reenvíos para lograr el cumplimiento del cuestionario por parte de los sujetos de la muestra, y se obtuvo finalmente un 72% de tasa de respuesta (N=240). Los datos se analizaron mediante estadísticos descriptivos e inferenciales.

3. CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISTA REGIONAL CHILENO

En el ámbito regional, el retrato tipo del profesional de las comunicaciones que los resultados arrojan es el de un hombre o una mujer me-

nor de 40 años, titulado de periodista, originario de la región, con hasta nueve años de antigüedad profesional, católico y de centro- izquierda, sin ninguna especialización o el dominio de una segunda lengua.

Aunque su primer empleo fue como reportero e ingresó a la carrera siguiendo en su mayoría tendencias literarias, hoy trabaja en producción de contenido institucional (10), especialmente en los sectores Estado y educación y empresa privada. Ejerce su rol dentro de la Unidad de Comunicaciones de una institución, haciendo relaciones públicas y/o como director de Comunicación.

Este profesional demoró menos de seis meses en encontrar su primer trabajo, que logró a través de las prácticas y/o por medio de colaboraciones voluntarias (11). No está asociado al Colegio de Periodistas de Chile, gana entre 200.000 y 500.000 pesos (44,1%) —400 y 100 dólares— y trabaja nueve horas diarias. Aunque suele tener contrato laboral de algún tipo, desarrolla actividades laborales complementarias de su trabajo principal, producto de los bajos salarios; sobre todo ejecuta asesorías comunicacionales y/o colaboraciones periodísticas.

Si bien la mitad de estos profesionales permanecen solteros, la mayoría de ellos consideran que tener hijos no influye negativamente en su carrera profesional y aseguran mantener una buena relación con sus parejas. No obstante, concuerdan en que no tienen tiempo para dedicar a su familia.

a. Distribución de la fuerza laboral

Tal como fue publicado en resultados anteriores correspondientes a la primera fase de este mismo estudio (Mellado *et ál.*, 2006), en la región analizada trabajan 430 periodistas, quienes ocupan 540 plazas laborales en 192 centros distintos. Del total de profesionales en ejercicio, el 35% lo hace en medios de comunicación; el 23,7%, en educación; el 22,6%, en el sector público; el 8,2%, en generadoras de contenido independiente; el 5,1%, en la empresa privada y el 5,4%, en organizaciones relacionadas con la sociedad civil.

Es decir, menos de la mitad de los profesionales de la Comunicación que ejercen en la zona trabajan como reporteros, y existe un porcentaje importante de sujetos de diferentes edades que desarrollan su labor en el área de producción de contenido institucional (43,8%) (12-13). Una segunda constatación igualmente revelante de las nuevas condiciones de mercado, fue encontrar que el 65% de los puestos laborales se es-

taban generando en otros sectores distintos de medios de comunicación. Este aspecto se explica por la mayor especificidad alcanzada en el empleo generado por las instituciones vinculadas a los sectores: educación, Estado, generadoras de contenido independiente, la empresa privada y sociedad civil.

Analizando los datos en función de la edad y el género de los profesionales, se detectó que en los 35 años hay una marcada tendencia, especialmente en mujeres, a emplearse en puestos relacionados con comunicación corporativa. Si bien el carácter seccional de ese estudio no permite ofrecer la descripción detallada de movimientos poblacionales, ofrece elementos para establecer dónde se estarían empleando los profesionales incorporados al mercado en los últimos años. Más aún cuando consideramos las tasas de crecimiento orgánicas —en el mejor de los casos— de la segunda fuente de empleo para periodistas: los medios de comunicación.

b. Género y edad

Del total de periodistas que hoy trabaja en la región del Bío-Bío, el 52,9% es hombre, y existe una paridad de facto en cuanto a género en la ocupación laboral del sector. Asimismo, la profesión se dibuja nominal y porcentualmente joven. El 35,1% tiene entre 23 y 29 años de edad, el 82,5% es menor de 40 años y solo el 4,7% de periodistas tiene más de 60 años de edad. Es interesante mencionar que la incorporación del sexo femenino al mercado laboral es, de cualquier forma, relativamente reciente y vinculada a la apertura masiva de la carrera desde la década de los ochenta; por lo tanto, sobre los 40 años de edad solo el 21,4% de los profesionales son mujeres (14). Estas ocupan, en términos generales, apenas el 18% de los puestos jerárquicos.

c. Formación

El nivel de estudios de los periodistas no es demasiado alentador, pues no sobrepasan la educación universitaria de pregrado, lo que se ve reflejado en el 51,7%. Solo el 5,5% tiene estudios de posgrado, sea de maestría y/o de doctorado (3,6%). El resto ha realizado cursos de profundización (diplomas), estudios de postítulo y/o diplomado. Sin embargo, si ponemos estos resultados en un contexto internacional, Chile logra ubicarse ampliamente sobre la media (Weaver, 1998) (15).

De cualquier forma, considerando aspectos más específicos relacionados con las herramientas instrumentales del periodista en acción, como es el caso del uso de una segunda lengua, podemos observar que el

65,3% de los profesionales de la Comunicación estudiados reconocen no hablar otro idioma. Del 34,7% restante, que asegura manejar una segunda lengua, casi el 90% menciona el inglés.

d. Tipo de empleador y procedencia universitaria

Según el tamaño de la organización empleadora, el 49,3% del trabajo para los profesionales de la Comunicación es generado por la gran empresa. La otra mitad se reparte entre la pequeña y mediana empresa (Pyme) —donde se emplea el 40,7%— y la microempresa (10%). Si observamos la distribución de los periodistas en estos distintos formatos de organizaciones, la variable sexo no genera diferencias significativas ni ubica a los hombres sobre las mujeres, o viceversa, en un tipo de organización en particular.

Ahora bien, el aporte que las entidades formadoras hacen al empleo del sector se comporta de la siguiente forma. El porcentaje mayor de empleos generados en la región para periodistas lo ocupan primordialmente profesionales egresados de las dos universidades regionales tradicionales existentes en la zona (58,2%), en contraste con lo hecho por las universidades privadas y de otras regiones del país.

e. Remuneración y tipo de contrato

Tal como se adelantó al comienzo de este epígrafe, el sueldo del profesional estudiado no supera los 500.000 pesos mensuales (1.000 dólares) en el 44,1% de los casos —independiente de si es hombre o mujer—, pese a que en el 72,1% de las ocasiones trabaja jornada completa y el 54% de ellos tiene contrato indefinido (16). Concordante con esta realidad, el 41,6% de los periodistas regionales no está satisfecho con lo que gana, y el 45% desarrolla actividades laborales complementarias de su trabajo principal —ya sea docencia universitaria o asesorías comunicacionales—, sobre todo los que trabajan en medios de comunicación.

En este sentido y dentro de los márgenes ya descritos, se presentan diferencias significativas en términos de salario según el sector o área laboral escogida ($F: 7,996; df: 3; p: ,000$). Así, quienes trabajan en producción de contenido institucional o docencia, ganan más dinero que quienes se desempeñan en producción de contenido de prensa o producción independiente.

Frente a la interrogante de si tener hijos influye negativamente en la carrera profesional de cada uno, son las mujeres las que dan mayor importancia a dicha influencia (29,2% frente a 14,3%); mientras que si ponderamos dicha respuesta en función del salario, nos encontramos con

que a medida que este disminuye, los hijos resultan influir negativamente y en mayor medida en la carrera profesional de cada uno.

Asimismo, si analizamos a estos periodistas en función de la posición jerárquica que ocupan en su lugar de trabajo, llegamos a deducir que más del 60% de ellos ocupa la posición más baja del escalafón (empleado), seguido del 17,3% correspondiente a mandos medios; solo el 13,7% de los profesionales ostenta cargos directivos como mandos superiores. El 4,3%, sin embargo, se ubica como independiente, fuera del esquema jerárquico tradicional.

La antigüedad profesional del comunicador, en tanto, no supera los 10 años (72,7%); por otra parte, el 45,6% de los profesionales cuenta con menos de 6 años de trabajo. Ello evidencia un constante ingreso de periodistas recién egresados al circuito, con consecuencias de inestabilidad y migración. Esto se ve reforzado al conocer la antigüedad laboral que tienen en su actual puesto de trabajo: el 65,5% de ellos lleva de 0 a 5 años en su actual empresa y el 91,2% no supera los 10 años. Es más, de los datos se desprende que durante el período 2005-2006 se ocupó el 17% de los puestos laborales actualmente habilitados para estos profesionales de la Comunicación.

f. Tiempos de espera y formas de inserción

Uno de los aspectos que hoy más preocupa y ocupa a las universidades y, por supuesto, a los propios egresados, es conocer los tiempos de espera antes del ingreso al mercado laboral.

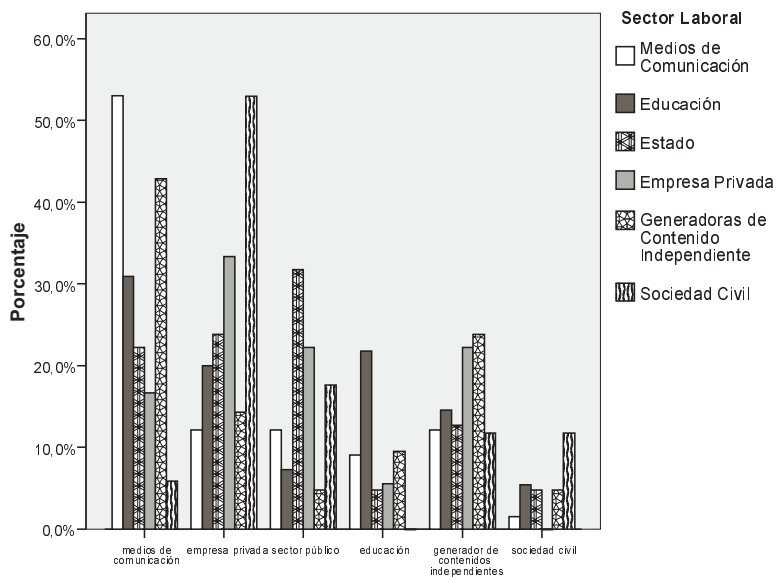
Consultados los periodistas, estos confirman que el 59,8% de ellos logró encontrar trabajo antes de los dos meses de búsqueda; el 21,6% demoró entre dos y seis meses; el 14,6%, entre seis meses y un año, y apenas el 3,6% —correspondiente a un solo individuo—, más de un año. El primer empleo que estos profesionales tuvieron en el Periodismo fue como reportero (73,7%). Es decir, la mayoría comenzó trabajando en medios. En esta línea, dos fueron las vías más mencionadas por los periodistas como las más utilizadas para conseguir un puesto dentro del sector: las prácticas (43,8%) y las colaboraciones voluntarias (15,4%).

Estos datos nos inclinarían a proyectar una adecuada tasa de empleabilidad, haciendo suponer que los profesionales de la Comunicación no tendrían dificultades en acceder al mercado laboral. Sin embargo, y aunque excede los límites de estudio (al no haberse considerado a los periodistas desempleados o cesantes), el conocimiento empírico constata un considerable desempleo y migración hacia la capital del país en busca

de trabajo. En efecto, si nos remitimos a los datos proporcionados por el propio Ministerio de Educación (2007), Periodismo y Comunicación Social son la segunda carrera en Chile con mayor número de profesionales jóvenes (78,9), después de Ingeniería en Computación (80,6%).

g. Aspiraciones laborales

Un aspecto interesante de dilucidar en el ejercicio de la profesión de los periodistas fue conocer si ellos trabajan en el sector laboral que, de haberse dado la posibilidad, hubiesen elegido. Los resultados no dejan de ser interesantes, pues menos del 40% de ellos hubiera elegido el mismo sector para trabajar si le hubieran dado a escoger. Asimismo, los datos indican porcentualmente que, en términos generales, los periodistas que trabajan en el mismo lugar que les habría gustado hacerlo, son, en mayor medida, los que laboran en medios de comunicación. En efecto, el 53,6% de ellos se encuentra en esa posición. En situación contraria, al 11,9% le habría gustado trabajar en el sector público —porcentaje que se repite en favor de la empresa privada y generadoras de contenido independiente—; al 9,5%, en educación, y solo el 1,2% hubiera preferido trabajar en el sector sociedad civil.



Si hubiese podido elegir ¿en qué área laboral le habría gustado trabajar?

Gráfico 1. Sector laboral ideal v/s sector real de empleo.

Coincidentemente, los más disconformes con el ámbito donde ejercen su quehacer son los periodistas que trabajan en el sector sociedad civil; este grupo alcanza el 8,3% de aceptación, en contraposición al 58,3% de ellos, a quienes les gustaría trabajar en la empresa privada, y al 16,7%, que desearía hacerlo en el sector público. En estos últimos dos sectores también existen deseos de emigración mutua. Así es como a más del 20% de cada grupo le gustaría estar trabajando exactamente en el otro.

De cualquier forma, casi el 70% de los encuestados —sobre todo los que trabajan en medios de comunicación y el sector educación— consideran que trabajar en regiones no tiene el mismo nivel ni otorga las mismas posibilidades que el hacerlo en la capital.

h. Vocación, profesionalismo y prestigio reconocido

Tendencias literarias, vocación y azar laboral son las razones más mencionadas que llevaron a estos periodistas a dedicarse al Periodismo. El 75% de ellos son el primer profesional de las comunicaciones que nace en el seno de su familia.

Acordes con el contexto de la discusión teórica, epistemológica y ontológica que durante décadas se ha desarrollado en torno al nivel de profesionalización del Periodismo, los profesionales estudiados parecieran ser bastante optimistas, ya que el 64,9% de ellos cataloga al Periodismo como una “profesión”; el 19,9%, como un “trabajo intelectual” y apenas el 5,5%, como un “arte”. No obstante, el 51,6% siente solo un regular nivel de satisfacción con la condición profesional del Periodismo y no se manifiesta orgulloso con el desarrollo de la profesión en la región (45,6%). Esta cifra se eleva hasta el 51,7% cuando se refieren a la profesión en el ámbito nacional.

Aún más, al momento de consultar a los encuestados sobre el prestigio social del Periodismo respecto de otras carreras, estos perciben que a excepción de profesiones como la de “maestro”, el periodista no supera el prestigio del sociólogo, el informático o el psicólogo, y mucho menos el prestigio del abogado, médico, economista y del ingeniero, por ejemplo (17).

En este sentido, tal como afirma, para referirse al ámbito español, el *Informe sobre la profesión periodística* editado por la Asociación de la Prensa de Madrid (2007), ser periodista sigue siendo una aspiración de muchos jóvenes estudiantes cuando llegan a la universidad, aunque esa importante demanda no se corresponde luego con el reconocimiento social al título y al ejercicio de la profesión.

i. Nivel de asociatividad

En términos de asociatividad, las cifras son esclarecedoras: el 82,6% de los profesionales de la Comunicación en ejercicio no está inscrito y el 57,3% no confía en el Colegio de Periodistas de Chile, entidad formal que reúne nacionalmente a los profesionales de la Comunicación. La cifra de asociatividad, aunque baja, aumenta conforme se avanza en los segmentos erarios. Es así como en el segmento más joven (23-29 años), la asociatividad promedio es de 1,9%, mientras que en el segmento que va de los 51 a los 65 años, el porcentaje asciende al 54,8%.

j. Afinidad política

Ideológicamente, solo el 29,2% de los profesionales de la Comunicación estudiados se declara de centro izquierda o más cercano a la concertación (coalición gobernante en Chile desde 1990), y el 11,2%, de izquierda, sector tradicionalmente asociado al Periodismo chileno (18). Mientras el 9,9% se siente afin a los partidos de derecha, no deja de llamar la atención que casi el 30% de los profesionales de la información, que tanto han participado históricamente en el quehacer político, manifieste no simpatizar con ningún sector —con apelativos como librepensador, apolítico, etcétera—. Aún más, la edad de los profesionales permite detectar que tanto los más jóvenes como los mayores son quienes manifiestan (en mayor medida porcentual) no simpatizar con ningún partido ni coalición política.

Es importante aclarar, asimismo, que el considerable 20,6% no se manifiesta ni responde esta pregunta.

k. Creencias religiosas

Finalmente, en el tema valórico vinculado específicamente a la religión, bastante más cercanos a esta se describen los profesionales de la región que periodistas de otras latitudes (Weaver *et ál.*, 2006; Merayo *et ál.*, 2002). Esto es, el 55,2% se declara simpatizante del catolicismo y el 3,4%, evangélico. En el otro extremo, el 20,5% se describe como agnóstico y/ o librepensador, entre otros, asegurando que no cree ni practica ninguna religión. Pero si bien en términos generales los periodistas reconocen ser católicos, esta mayoría se ve modificada si incorporamos al análisis la variable edad, que a medida que aumenta, conserva el catolicismo inicial (sobre 50 años), pero a medida que disminuye se acerca al libre pensamiento y a quienes se declaran agnósticos.

4. REFLEXIONES FINALES

La evidencia reunida a partir de las certezas entregadas por el perfil sociodemográfico y laboral estudiado, refuerza en términos generales la sospecha empírica de un cambio generacional, pero al mismo tiempo, de un malestar en cuanto al estado evolutivo y las condiciones estructurales del Periodismo y las comunicaciones en Chile.

Aunque teóricamente no se la logrado un consenso sobre el perfil de este profesional en el ámbito mundial, empíricamente sí se constata en el entorno chileno la existencia de un comunicador con diferentes salidas laborales y profesionales. Así las cosas, desde los datos emerge la conceptualización de un periodista multifuncional y multifacético que supera la parcela vinculada a los medios de comunicación.

En efecto, siguiendo los resultados podemos sostener que la expansión del mercado laboral se orienta mayormente hacia la producción de contenido institucional. Pero seguidamente se plantea la duda respecto de si es consecuencia de una natural diversificación y necesidad de especialización profesional o más bien responde a un “acomodo estructural” derivado del imperativo de emplear a una prolífica generación universitaria. La información reunida tiende a sustentar con mayor fuerza que la población se encuentra más cercana al segundo caso. Ello a partir del nivel de inconformidad con el área laboral de desempeño y a la alta movilidad detectada entre los sectores laborales.

Dentro de los antecedentes aclaratorios se encuentran elementos salariales, infraestructurales y organizacionales que afectan tanto la percepción como el nivel de profesionalización del sector. Asimismo, se enfrenta todavía la carencia de aspectos formativos, que pese a lo preponderante de las cifras aquí descritas, aún se centran en la producción de contenido de prensa.

Paralelamente, elementos como la edad, el género, la formación, la afinidad política y la orientación religiosa se transforman en condicionantes individuales que directa o indirectamente mediatizan la realidad del periodista a la hora de producir mensajes y contenidos dirigidos a los distintos públicos con los que él se vincula.

En este caso se describe la presencia de un empleado (19) de carácter generalista, con claras opciones de insertarse en el mercado, pero mal remunerado, escasamente satisfecho, de precaria estabilidad laboral, con una autopercepción profesional deteriorada, sin mayor posibilidad

de tomar decisiones importantes dentro del esquema tradicional y con un alto grado de dependencia de un superior. Este profesional presenta a su vez competencias de escaso grado de complejidad y desajustes de paridad en torno al nivel de responsabilidades y jerarquías asumidas.

Por otra parte, el escaso grado de asociatividad resulta clave para entender el deficiente desarrollo de una cultura organizativa preocupada por el mejoramiento de la calidad de vida profesional y laboral, por lo cual queda en evidencia que el ejercicio de la profesión pareciera obedecer muchas veces a las circunstancias que le toca vivir al sujeto, más que al proyecto de vida que este quisiera desarrollar.

Son en gran medida los factores antes señalados los que hoy encierran las claves para entender la sensación negativa que pesa sobre los periodistas chilenos. El desafío entonces es construir una actitud profesional distinta, fortalecer identidades y colaborar en la construcción de sentido dentro del sector.

Sin embargo, inferimos, ello no sucederá mientras no se complete una profunda reconstrucción de la autoestima profesional del periodista. En este sentido, reconocer que las deficiencias están tanto en la condición estructural del empleo como en la valoración y la construcción de expectativas —producto de la falta de legitimación y consenso sobre lo que significa la profesión y, por ende, sobre la identidad de sus profesionales— es un primer aporte para identificar los aspectos que deben ser atendidos, así como para restablecer en el periodista el carácter de un actor social que se autovalora y reconoce.

La descripción aquí efectuada sobre los indicadores de identidad del profesional periodista, encontrados en el ámbito regional en Chile, encierra varios desafíos. Primero, estudios similares necesitan ser realizados permanentemente en diferentes contextos geográficos y temporales en Latinoamérica, con el objeto de ampliar y resituar esta línea de investigación y lograr generalizaciones que nos permitan modelizar la profesión periodística en el subcontinente.

En segundo lugar, resulta evidente seguir trabajando en la delimitación y el refuerzo del campo disciplinario desde un punto de vista epistemológico. Este ámbito requiere de nuevos estudios que permitan unificar criterios en torno al ámbito de acción y delimitar el área que diferencia los distintos tipos de periodistas que hoy parecen “compartir” el mercado laboral y profesional.

De igual forma, la actual distribución de la fuerza laboral abre de inmediato la reflexión sobre las nuevas funciones que están desempeñando los periodistas y motiva a revisar su nivel formativo, tema del cual no nos hacemos cargo en forma directa y extensa en este artículo, pero que resulta primordial analizarlo más adelante.

Finalmente, se requiere identificar los aspectos sobre los cuales la academia y el gremio deben poner atención para restablecer en el periodista un diluido carácter de actor social que siempre debió estar presente, producto de su indiscutida importancia en la formación y construcción de la vida pública.

No obstante, para que todo aquello suceda sobre la base de parámetros válidos y pertinentes, se deberá primero generar una plataforma homologable que permita estudiar al periodista en sus diferentes ámbitos de acción, con un mínimo común denominador que lo sustente de igual forma dentro del subcontinente. Futuras discusiones teóricas y metodológicas en torno a las investigaciones anteriormente efectuadas sobre la profesión periodística en la región latinoamericana cobran absoluta relevancia y pertinencia en dicho contexto.

Notas

1. En este contexto, Deuze (2005) plantea que definir el Periodismo como una ideología (más que, por ejemplo, otras opciones ofrecidas en la Literatura, como una profesión, una industria, un género literario, una cultura o un sistema complejo social que han generado tantas disputas y tan poco consenso) significa entender el Periodismo en términos de cómo los periodistas dan el significado a su trabajo, cualquiera que este sea.
2. Como plantea Karam (2004), parte del problema hay que verlo en la propia fenomenología del campo académico, esto es: la existencia de un campo profesional preexistente mucho antes de la aparición de escuelas y facultades.
3. No obstante, autores como Cebrián (2003) o Del Real (2005) plantean que la inexistencia de requisitos claros y objetivos, así como de consenso sobre cuáles son las habilidades, saberes y competencias que posee el periodista, han provocado discusiones que aún no terminan de resolverse.

4. Tal como criticara Beltrán (2000), muchos estudios sobre Comunicación en Latinoamérica se adscriben indiscriminada y pronunciadamente a modelos teóricos importados de países altamente desarrollados —principalmente de los Estados Unidos—, y les ha faltado a los investigadores locales un esquema conceptual propio.
5. El primer estudio chileno del que se tiene referencia bibliográfica es el efectuado por Darío Menanteau-Horta en el año 1967 sobre los periodistas de medios de comunicación en Santiago de Chile. Posterior a dicho estudio existe un bache en términos de publicaciones e investigaciones que traten el tema.
6. “En Berlín, soy un berlinés”. Con esta frase el ex presidente J. F. Kennedy hizo saber su entusiasmo por las usanzas germanas, en una visita a la Alemania de posguerra. En adelante sería utilizada para referirse a visitantes que pretenden pasar como locales para ganar adhesión.
7. Otras clasificaciones generales o particulares pueden ser encontradas en Ramírez (1995) y APM (2007).
8. Al momento de la depuración de los datos, se invirtieron los ocho ítems negativos que contenía la escala a ítems positivos para la factorización de constructos. Se efectuó al mismo tiempo la imputación de respuestas en casos donde los ítems no correspondían a dos tipos de sujetos: periodistas que no trabajan con otros periodistas y periodistas no titulados pero amparados por el artículo 24, que les reconoce la profesión.
A su vez, se ponderó la muestra al haber utilizado una modalidad de estratificación no proporcional (afijación simple) según la variable “sector laboral”, la más sensible en términos de variación para efecto de los cruces, análisis y contrastes del estudio. Esta estratificación no proporcional se debió al deseo de analizar con mayor detalle unos estratos que otros, a los cuales les habría correspondido un tamaño maestral inferior si se hubiese optado por la estratificación proporcional. Finalmente, se revisó cuidadosamente que no se generaran duplicidades en la muestra, al haber utilizado como criterio de estratificación los sectores laborales de los periodistas, muchos de los cuales trabajan en más de un sector.
9. La muestra se obtuvo sobre la base del censo de la población de profesionales de la Comunicación titulados de Periodismo y en ejerci-

cio en la Octava región de Chile (N = 430), realizado un año antes (Mellado *et ál.*, 2005).

10. Con este término, el estudio agrupó todas las funciones destinadas a “generar productos asociados a la comunicación corporativa, sea esta empresarial, institucional o gremial” (Mellado *et ál.*, 2006:36).
11. Tal como plantean Caro y Jiménez (2006), la diferencia con otras titulaciones es que, una vez terminada la carrera, el egresado de Periodismo sigue realizando prácticas durante varios años. De esta forma, comienza su carrera como *freelance*, por honorarios o contrato fijo.
12. Aunque de forma incipiente, el estudio pionero de Menanteau - Horta (1967) revelaba hace 40 años que los periodistas comenzaban a desplazarse hacia nuevas áreas laborales distintas de la prensa, como, por ejemplo, las relaciones públicas.
13. Llama la atención que en comparación con resultados igualmente recientes obtenidos en España (APM, 2007), el periodista chileno esté mucho más focalizado en la producción de contenido institucional. Según los datos españoles, son la televisión y la prensa diaria los sectores que concentran a la mayoría de los profesionales (55,0%). Los empleados en gabinetes de comunicación, en tanto, suponen el 17,1%, por delante de los que trabajan en radio (14,8%) y en revistas (10,5%). Los profesionales ocupados en agencias de noticias e Internet representan, respectivamente, el 5,5% y el 1,8% del total de la muestra.
14. En efecto, los pioneros resultados obtenidos por Menanteau – Horta en el año 1967 nos hablan del 7% de mujeres periodistas; mientras que datos provenientes de un estudio comparativo entre tres distintos países latinoamericanos (Day, 1968) aumentan dicha cifra solo hasta el 10%. Weaver (1998), en su libro “*The global journalist: news people around the world*”, que resume un estudio realizado en diferentes países de todo el mundo, enseña un crecimiento porcentual interesante de dicha tasa (40%), aunque aún por debajo de la referida a los hombres.
15. En los estudios que realizó sobre el periodista alrededor del mundo, Chile figura como uno de los tres países con mayor nivel formal de educación de pregrado, además de España y Brasil.
16. El 46% restante se divide principalmente entre contratos por honorarios (22,8%), plazo fijo (17,8%) e independientes (5,3%).

17. Ya en el año 1968 un estudio efectuado por Carter y Sepúlveda reflejaba que entre 16 ocupaciones estudiadas, la percepción ciudadana ubicaba el Periodismo en el lugar número 12, solo por sobre profesores de primaria y secundaria, policías, gasfiteros y dueños de licorerías. Todas las demás ocupaciones, tales como médicos, ingenieros, abogados, sacerdotes y dentistas, recibían una valoración notoriamente superior.
18. Como era de esperar, la mayor parte de los periodistas pro Gobierno trabajan en el sector público. Del total de periodistas de este sector, el 41,3% se declara de centro izquierda; el 14,3%, de izquierda y el 12,7%, de derecha. Estos últimos, coincidentemente, trabajan en municipios de alcalde de dicha tendencia, postura que tienen en la empresa privada la mayor cantidad de periodistas simpatizantes.
19. Este “status” profesional del periodista no ha variado mucho con los años. Schramm escribía en el año 1957, en su libro *Responsability in mass communications*, que estos profesionales eran por lo general empleados sin poder de decisión ni autoridad, dependientes de la dirección de las empresas informativas y sus dueños.

Referencias documentales

- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID. 2007. **Informe anual de la profesión periodística 2006**. Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid (España).
- BEAM, R. 1990. “Journalism professionalism as an organizational-level concept.” **Journalism Monographs**, 121.
- BELTRÁN, L. R. 2000. **Investigación sobre comunicación en Latinoamérica: inicio, trascendencia y proyección**. Universidad Católica Boliviana y Plural Editores, La Paz (Bolivia).
- BENASSINI, C. 2001. “Escuelas de Comunicación en México: ¿realidad o imaginario social?”. **Diálogos de la Comunicación**, 62: 42-51.
- BENASSINI, C. 2000. “Escuelas de comunicación: ¿un imaginario social?”. **Revista Mexicana de Comunicación**, 63: 19-26.
- BRODDASON, T. 1994. “The sacred side of professional journalism”. **European Journal of Communication**, 9: 227-248.
- CANEL, M. J.; RODRÍGUEZ, R. y SÁNCHEZ ARANDA, J. J. 2001. **Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información**. CIS, Madrid (España).

- CANEL, M. J. y SÁNCHEZ ARANDA, J. J. 1999. "La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias". **Análisis**, 23: 151-170.
- CARO, F. y JIMÉNEZ, G. 2006. "Periodistas: el acceso al mercado laboral". **Ámbitos**, 15: 113-224.
- CASTELLÓN, L. 2006. "Estado de la investigación en Chile y la formación de los comunicadores en el ámbito de la investigación en comunicación". Ponencia presentada en **VI Encuentro de Enseñanza e Investigación de la Comunicación en los Países del Mercosur Endicom 2006, III Exposición de Investigación Experimental en Comunicación Expocomsur, y I Jornada Internacional de Estudiantes Investigadores en Comunicación**. Santa Cruz de la Sierra (Bolivia).
- CEBRIÁN, J. L. 2003. **Cartas a un joven periodista**. Editorial Aguilar, México (México).
- CLAEP (2007). [Recuperado el 14-10-2007]. [Http://www.claep.org/index.php?pag=antecedentes](http://www.claep.org/index.php?pag=antecedentes)
- CORRALES, O. 2006. "Situación laboral de los periodistas egresados de la U. Chile (1993-2003)". **Cuadernos de Trabajo ICEI**, Santiago de Chile (Chile).
- COSTA, J. 1995. **Comunicación corporativa y revolución de los servicios**. Ediciones Ciencias Sociales, Madrid (España).
- DAY, L. J. 1968. "The Latin American journalist: a tentative profile". **Journalism Quarterly**, 45 (3): 509-515.
- DEL REAL, E. 2005. "Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico". **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, 11: 129-151.
- DEUZE, M. 2005. "What is journalism?: professional identity and ideology of journalists reconsidered". **Journalism** 6 (4): 442-464.
- DEUZE, M. 2001. "Educating 'new' journalists: challenges to the curriculum". **Journalism & Mass Communication Educator**, 56 (1): 4-17.
- DE GUZMÁN, M. 1989. **Persona y personalidad del periodista**. Promoción Publicaciones Universitarias, Barcelona (España).
- DIEZHANDINO, P.; BEZUNARTEA, O. y COCA, C. 1994. **La élite de los periodistas**. Universidad del País Vasco, Bilbao (España).
- DONSBACH, W. & KLETT, B. 1993. "Subjective objectivity. How journalists in four countries define a key term of their profession". **Gazzete**, 51: 53-83.
- GRONEMEYER, M. E. 2002. **Chilean journalists: autonomy and independence blocked by conformism and insecurity**. Tesis doctoral, University of North Carolina at Chapel Hill (USA).

- GUTIÉRREZ, F. y LAVIN, M. C. 2003. **Mercado laboral para periodistas en Concepción. Informe 1998-2002**. Escuela de Periodismo, Ediciones Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción (Chile).
- HALLORAN, J. D. 1974. **Mass media and society; the challenge of research**. Leicester University Press, Leicester (England).
- HENNINGHAM, J. 1995. "Journalism in the USA and Australia: some comparisons". **Australian Journal of Communication**, 22 (1): 77-91.
- HIGHTON, J. 1967. "Green eye-shades vs. chi-squares". **The Quill**, 55, February.
- LECAROS, M. J.; DUSSAILLANT, P. y MIR, A. 2000. "El perfil del periodista chileno: tiempo y medios de referencia". **Informe ANP, Revista de la Asociación Nacional de la Prensa**, 10: 9-11.
- JOHANSEN, P. *et ál.* 2001. "Journalism education in the United States and Canada: not merely clones". **Journalism Studies**, 2 (4): 469-483.
- KARAM, T. 2004. "Elementos para el análisis del campo académico de la comunicación en México". [Recuperado el 2-9-2007]. <http://www.info-america.org/articulos/textospropios/karam3.htm>
- MENANTEAU-HORTA. D. 1967. "Professionalism of journalists in Santiago de Chile". **Journalism Quarterly**, 44: 15-23.
- MARQUES DE MELO, J. 2001. "Identidad del campo de la comunicación; estrategias para salir del gueto académico". **Diálogos de la Comunicación**, 62: 26-33.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. 1983. **Curso general de redacción periodística**. Editorial Mitre, Barcelona (España).
- MARTÍNEZ SOLANA, Y. 2004. **La comunicación institucional**. Fragua, Madrid (España).
- MELLADO RUIZ, C. *et ál.* 2007. "Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente". **Revista Zer**, País Vasco, 12 (23): 139-194.
- MELLADO RUIZ, C. *et ál.* 2006. **Balance 2006. Perspectivas profesionales y del mercado periodístico de la Octava Región**. Ediciones Universidad de Concepción, Concepción (Chile).
- MELLADO RUIZ, C. *et ál.* 2005. **Proyecto DIUC 205.174.002-1.0. Realidad laboral, asociativa y profesional de los periodistas de la Octava Región**. Dirección de Investigación UDEC, Universidad de Concepción (Chile).
- MERAYO, A. *et ál.* 2002. **La profesión periodística en Salamanca: situación y prospectiva**. ASPE y Caja Duero, Salamanca (España).

- MORGAN, F. 1998. "The moving finger writes: conditions for a theory of journalism". **Paper presented to the Journalism Education Association Conference at the University of Central Queensland (Australia).**
- ORTEGA, F. & HUMANES, M. L. 2000. "Periodistas del siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales". **Cuadernos de Información y Comunicación**, Universidad Complutense de Madrid, 5: 153-170.
- PEREIRA, J. M. 2005. "La comunicación: un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia". **Investigación y Desarrollo**, 13 (2): 412-442.
- RAMÍREZ, T. 1995. **Gabinetes de comunicación: funciones, disfunciones e incidencia.** Bosch, Barcelona (España).
- REESE, S. & COHEN, J. 2000. "Educating for journalism: the professionalism of scholarship". **Journalism Studies**, 1(2): 213-227.
- REIG, R. 2002. **La comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo.** Centro Andaluz del Libro, Sevilla (España).
- SCHRAMM, W. 1957. **Responsability in mass communications.** Harper, New York (USA).
- SUBERVI, F. 2004. **NAHJ, survey of news professionals working at spanish-language media companies in the United States.** National Association of Hispanic Journalists. Austin, Texas & Washington, DC (USA).
- TORRICO, E. 1997. **La tesis en comunicación. Elementos para elaborarla.** Artes Gráficas Latina, La Paz (Bolivia).
- VIRTUE, J. (ed.). 1995. **Los periodistas en los países andinos. Evaluación del Periodismo y de la enseñanza de Periodismo en Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.** Universidad Internacional de la Florida. Programa Latinoamericano de Periodismo. Escuela de Periodismo y Medios. Miami (USA).
- WEAVER, D. *et ál.* 2006. **The American journalist in the 21st century: U.S. news people at the dawn of a new millenium.** Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, N.J.
- WEAVER, D. (ed.). 1998. **The global journalist.** Hampton Press, Nueva Jersey (USA).
- WEAVER, D. 1996. "Journalists in comparative perspective: backgrounds and professionalism". **The public**, 3 (4): 83-91.
- ZALBA, E. M. y BUSTOS, J. 2001. "Problema y desafíos de la formación académico-profesional ante la diversidad de los actuales escenarios de la comunicación social". **Diálogos de la Comunicación**, N° 63: 34-41.