



**CONDICIONES LABORALES DE LOS PERIODISTAS DE SANTA MARTA
Y SINCELEJO**

Dos Ciudades Del Caribe Colombiano.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Como requisito para Pregrado de Comunicación Social

Por:

María Camila Therán Bustamante

Sandra Paola Muñoz Osorio

DIRECTOR: MIGUEL GARCÉS

Cartagena de Indias, D T y C. Septiembre 28 de 2012

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1. Pregunta problema	14
2. JUSTIFICACIÓN	15
2.1 Impacto	16
2.2 Unidad de Investigación	17
3. OBJETIVOS	18
3.1. General	18
3.2. Específicos	18
4. MARCO TEÓRICO	19
4.1. Satisfacción Laboral.	19
4.2. Calidad Informativa	26
5. METODOLOGÍA	29
6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION	31
7. HALLAZGOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	32
7.1. INFORMACIÓN DEMOGRAFICA	32
7.1.1. Tipo de medio informativo y ciudades monitoreadas	32
7.1.2. Rangos de edad y género	34
7.1.3 Nivel educativo alcanzado y formación periodística	37

7.2. CONTEXTO LABORAL Y SALARIAL.	40
7.2.1. Trabajos, problemas familiares y percepción de la familia	40
7.2.2 Los hijos, el periodismo y la elección de ser periodista	43
7.2.3 Condiciones y satisfacción con la vida	45
7.3 CONTEXTO LABORAL Y SOCIO-ECONOMICO.	48
7.3.1 Tiempo laborado y modalidad de contratación en la empresa	48
7.3.2 Tipo y estado actual de la seguridad social	51
7.3.3 Promedio de ingresos y beneficiarios del mismo	53
7.3.4 Trabajos independientes	56
7.3.5 Capacitación profesional	57
7.3.6. Agresión y amenazas de terceros	59
7.4 SATISFACCIÓN LABORAL CON LOS PROCESOS PERIODÍSTICOS	
7.4.1 Satisfacción con la ética y la independencia periodística	61
7.4.2 Satisfacción con la veracidad informativa y la confiabilidad de las fuentes	64
7.5 ASPECTOS LABORALES QUE INCIDEN EN LA CALIDAD PERIODÍSTICA.	
7.5.1 Incidencia de la torta publicitaria y los acuerdos para dividirse contratos.	67
7.5.2 Incidencia de la clase política y los sobornos de la fuente al periodista.	71
7.5.3 Incidencia del Acoso Laboral de jefes y Directivos / Crisis Económica de la Empresa.	74

7.5.4 Incidencia de la precaria remuneración salarial y la crisis económica en la familia.	77
7.5.5 Incidencia de la sobre oferta de la mano de obra y miedo a perder el empleo.	80
7.6 SATISFACCIÓN CON ENTORNO LABORAL.	82
7.6.1 Libertad informativa y de asociación con los diferentes medios de difusión.	83
7.6.2 Estado de la relación con los compañeros, jefes y superiores.	86
7.6.3 Relaciones con directivos y división de contratos.	88
7.6.4 Modalidad de contratación y posibilidades de ascenso.	91
7.6.5 Satisfacción con la remuneración salarial.	94
8. CONCLUSIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	107

Dedicatoria.

A mi Dios, a el arquitecto de mi vida, a mi ser superior, a mi fiel amigo, a mi primer amor. Mi Dios padre, Dios hijo y Dios espíritu santo, por caminar delante de mí como poderoso gigante, moviendo piedras y quitando todo obstáculo para que no tropiece. Gracias por darme la paciencia, transformar y renovar mi vida y mi ser. Gracias por darme los mejores regalos que he recibido en mi vida, la capacidad de amar y el ángel que ilumina mi vida, el amor de mi vida, mi hermanita María Sofía Terán Bustamante, quien es mi polo a tierra y mi razón de vivir.

Gracias a mi héroe, mi razón de ser, mi todo, mi papito, Oscar Terán Arrieta, gracias por demostrarme tanto amor y hacerme sentir incondicionalmente amada, te extraño. A mi mamita, Elvira Bustamante por haberme dado la vida, por su perseverancia y preocupación, por ser el molde que he copiar, gracias. A los dos gracias por su paciencia y por amarme sin condiciones. A mi manita hermosa, simplemente por ser mi hermana y amiga, además a Jorge, mi cuñi, porque en muchas ocasiones me regalaste tu gran conocimiento para poder cumplir con mis responsabilidades académicas.

A mi novio, mi mejor amigo y consejero; por escucharme siempre, por no dejarme sola y apoyarme siempre y en todo momento, por ayudarme cada día a ser mejor y sobre todo por acompañarme y madurar juntos.

Gracias, profesor Miguel Garcés, por despertar en mí facultades que desconocía, por compartir su increíble conocimiento, por siempre estar ahí como profesor y amigo; fue un gran honor aprender de usted y me siento privilegiada por haber tenido la oportunidad de trabajar a su lado.

Gracias a mis mejores amigas y segundas madres, Mary Cuya, Sra Cira, por consentirme y ser las mejores guías espirituales. A mi Rau, quien a pesar de no hacer parte de este proyecto, viajó conmigo y a pesar de todo me ayudó y acompañó, admiro tu increíble inteligencia, gracias por dejarme entrar –a veces- a tu vida, esto también es tuyo, gracias.

Xavy, mi compañero de estudio, mi amigo, mi cómplice, te agradezco de todo corazón, tu compañía, tu cariño. Caminamos juntos durante muchos años, te quiero y te valoro, le doy gracias a mi Dios por tener un amigo como tú.

A mi compañera, porque a pesar de todo, recorrimos este camino juntas, lleno de cosas buenas y malas pero aquí estamos, llegamos juntas y al fin... lo logramos!

María Camila Therán Bustamante.

Dedicatoria

Para comenzar darle gracias a quien todo se lo debemos, al de arriba, a ese Dios que nos mantiene vivos. Gracias Señor por permitirme llegar a este punto de la vida.

A mis padres, a tí madre gracias porque con tu fuerza y dedicación has hecho de mí la joven que soy, gracias por enseñarme el valor de la disciplina, a ti te dedico este triunfo que es más tuyo que mío. Ananias de mi vida, gracias por tenerme paciencia, soportarme y por amarme, aunque te saque la rabia. Papi, usted me hizo enamorarme de esta carrera, en mi mente todavía está el recuerdo de cuando me llevaste a conocer a Juan Gossain, gracias papá por hacerme enamorarme de la radio, de la televisión, de la lectura. Admiro y admiraré tu inteligencia y serenidad. Gracias por apoyarme en todo momento, por darme ánimo, gracias simplemente por ser mi padre.

A mis dos hermanos, la luz de mis ojos. Naty a ti hermana gracias por tu nobleza, por tu ternura, por tu disposición, sabes que te amo aunque no te lo pase diciendo, sabes además que mis esfuerzos también son por ti. Mi gordito bello, casi mi hijo, eres la luz de la casa y la mechita de mi vida. Hermanito te amo con mi vida entera y gracias por preguntarme siempre: Yiyó cómo te fue.. Yiyó cómo vas. Es por ti, con mi profesión pagaré la tuya.

A mi novio, comenzaré por darle gracias por soportar mi estrés, por animarme y motivarme a seguir siempre adelante, por creer en mí. Gracias amor por brindarme tu amor siempre, por enseñarme la grandeza de la humildad y la nobleza, te amo. Gracias a Brunito por mover siempre la colita para mí...

A mis tíos Carlos y Estela, por creer en su “sobri”, gracias por siempre apoyarnos, por brindarme la mano cuando lo he necesitado. En general a toda la Familia Muñoz y Osorio...

Al profesor Garcés, hombre, gracias por tenerme paciencia, por transmitirnos su conocimiento...Dios le pague.

A Camy, mi compañera gracias por apoyarme y aconsejarme tanto, gracias por tenerme paciencia. Gracias por permitirme conocerla un poco más, Bendiciones a su familia siempre. A la gente de la oficina porque me han apoyado, y me han dado los permisos, pero sobre todo gracias por permitirme aprender con un equipo humano tan lindo...Gracias AmCham Cartagena.

Sandra Muñoz Osorio

Resumen:

Esta investigación, de carácter descriptivo, pretende analizar las condiciones laborales de los periodistas de medios masivos de Santa Marta y Sincelejo, identificando las relaciones del entorno laboral, los niveles de ingreso, calidad informativa, satisfacción profesional y laboral.

Para lograr este objetivo, se escogió una muestra, de carácter intencional, de noventa y ocho (98) periodistas y locutores activos quienes respondieron al tema mediante una encuesta validada por jueces expertos con items estructurados a partir de otras investigaciones afines (Garcés, 2010; Warr et al.1979; Pavot & Diener, 1993). Dentro de los hallazgos más sobresalientes, se encontró que la satisfacción laboral de los periodistas está poco asociada a la remuneración económica, sin embargo ésta sí es un factor determinante para la satisfacción profesional. La calidad informativa se ve afectada por presiones políticas y actores asociados al conflicto armado. Adicionalmente, existen presiones internas provenientes de jefes y directivos que provocan dilemas éticos en el trabajo de los periodistas por tener injerencia en los contenidos que se deben publicar. Se observaron amenazas para la persistencia de los roles periodísticos, entre éstas, la lucha de los periodistas entre privilegiar el valor social de la profesión o aceptar el valor comercial que reduce su rol a simple vendedor de información.

Palabras claves: Calidad de la información, satisfacción laboral, periodismo, salario, calidad de vida, satisfacción profesional.

Abstract

This descriptive research pretends to analyze the working conditions of mass media journalists in Santa Marta and Sincelejo, identifying workplace relations, income levels, information quality, and career and job satisfaction.

To achieve this goal, an intentional sample of ninety-eight (98) active journalists and broadcasters was chosen, These interviewees answered a questionnaire that included structured items that were validated by experts (Garcés, 2010; Warr et al. 1979 Pavot & Diener, 1993). Among the most important findings, we discovered that the journalists' career satisfaction is seldomly associated with financial reward, but at the same time, salary was a very important factor in job satisfaction. On the other hand, the quality of information is affected by political pressures and actors associated with armed conflict. Additionally, internal pressures from emerging leaders and managers can and does generate ethical workplace dilemmas for the journalists, for they have a say into what content is to be published or not.

Threats are observed for journalistic roles, among them the struggle between the social value of the profession and the business value which reduces the role of journalists to plain information sellers.

Keywords: Information quality, job satisfaction, journalism, salary, quality of life, job satisfaction.

Introducción

Hasta la fecha, son pocas las investigaciones realizadas relacionadas con la satisfacción de los periodistas con su profesión. Los estudios sobre la comunicación y los impactos satisfactorios y sociales sobre el periodista han surgido de forma tardía y de manera sectorizada, dándose en América Latina sólo desde comienzos del siglo XX, y tomando auge en los años 40 cuando la radio y la prensa se popularizaron. Con el transcurrir de los años y los avances en la creación de nuevos medios de comunicación, se hizo necesario estudiar los medios y los efectos que causaban en las audiencias.

En nuestro país, se da inicio al estudio formal de la comunicación a finales de los años cincuenta, pero estos estudios sólo toman fuerza en los años sesenta y setenta, y estaban enfocados en estudiar el impacto que los medios producen en las masas, la forma como están gestionados y en realizar detallados análisis de contenidos. Desafortunadamente, son muy pocas las investigaciones que se han dedicado a indagar sobre la calidad informativa, la satisfacción y las condiciones laborales de nuestros periodistas. Sobre esta temática en particular se encuentran algunas investigaciones sobre condiciones laborales de periodistas que han sido realizadas en Colombia: Barrios & Arroyave (2006), Manrique & Cardona (2003) y Gutiérrez, Prada & Valderrama (2010), que si bien son pocas, fueron de gran utilidad para el presente trabajo de tesis.

En La costa Caribe colombiana, a pesar de ser cuna de grandes periodistas y de narradores orales –entre ellos cabe destacar al nobel Gabriel García Márquez, a

Juan Gossain, David Sánchez Juliao (QPD), Ernesto McCausland (QPD) y Erika Fontalvo–, el interés por conocer las condiciones laborales de los periodistas ha sido casi nulo, a diferencia de lo ocurrido en otras regiones del país, en las que han surgido algunos estudios, entre los cuales se destacan los trabajos de Iriarte (2005) y los de Gutiérrez et al. (2010).

Por lo anterior, nace un interés por conocer e investigar las condiciones laborales desde la comprensión de los niveles de satisfacción laboral y personal de los periodistas o comunicadores de dos ciudades del Caribe colombiano: Sincelejo y Santa Marta. Éstas, a pesar de la distancia, tienen un gran número de similitudes en su tamaño, sus problemáticas sociales, y en la forma como están direccionadas las políticas de estos municipios. Además, la presente investigación sirve como base de estudio sobre la calidad informativa de los periodistas, sus niveles de satisfacción profesionales y laborales en la región caribe. Además esta investigación es el primer referente de las ciudades antes mencionadas.

Es imperativa, entonces, la necesidad de este tipo de investigaciones que permiten acercarse más a la cotidianidad del ser humano que está detrás del medio, que en algunos es visible y en otros, completamente invisible, pero cuya labor el público aprecia y valora. Es también de vital importancia conocer los aspectos a tratar en este trabajo, no sólo para que los mismos periodistas conozcan como se encuentran, sino para que puedan a través de los gremios y asociaciones, exigir mayores garantías y mejores remuneraciones para realizar tan importante labor.

Hay indicadores como: circunstancias personales, condiciones físicas de trabajo, remuneración económica, alcance de los recursos, reconocimiento por parte de los superiores, entre otras, que, sin duda, determinarán el rumbo y los resultados de esta investigación.

1. Planteamiento del Problema.

El estudio formal de la investigación en comunicación en América Latina se da desde los albores del Siglo XX pero toma auge en los años cuarenta, aunque de forma esporádica y escasa por investigadores inquietos interesados en el tema (Duarte, 2006).

En ese entonces el medio de comunicación predominante era la prensa y se hizo énfasis en el estudio del periodismo impreso, que fue analizado desde aspectos históricos, ético-jurídicos y literarios. A estos estudios de tipo histórico, se agregaron también estudios de crítica literaria y trabajos de interpretación de la legislación que reglamentaba la actuación de la prensa y legislaba el comportamiento de los periodistas (Emmanueli, 1999). Posteriormente, surge la radio y empiezan aparecer los primeros estudios de efectos sobre las audiencias de las propagandas con fines comerciales.

En las décadas siguientes, con la consolidación del radio, la aparición del cine y la masificación de la televisión, las tendencias en investigación continuaron su “perfil medio-céntrico” hasta nuestros días. Académicos como Pineda aseguran que *“la teoría de la comunicación no ha superado del todo el estudio de los efectos, las audiencias, los medios, las masas, no ha habido un análisis teórico de fondo y*

estos conceptos se han abordado de forma atomizada y parcelada” (Pineda, 2006).

En Colombia, la investigación en comunicación se inicia a finales de los años cincuenta y toma fuerza en los años sesenta y setenta con el apoyo financiero de entidades nacionales e internacionales que buscaban comprender el impacto de los diferentes medios en los procesos de comunicación para el desarrollo, con el fin de modernizar y tecnificar los procesos de producción del campesinado, y, además, brindar escenarios de capacitación y alfabetización.

Posteriormente, la investigación en comunicación siguió su curso pasando desde los setenta con el análisis del efecto mediático del llamado Imperialismo Cultural hasta los ochenta con el estudio del impacto de los medios y las mediaciones en los procesos de educación y comunicación popular. En esa misma década, toman fuerza según Martin-Barbero & Rey(1999), dos nuevos énfasis en la comunicación, *“la democracia en la comunicación y la violencia en los medios, liderados por escuelas y centros de comunicación como Cinep y Fescol”*, estas nuevas miradas permearon parte de los noventa y las décadas siguientes.

Cabe resaltar que aunque en Colombia han existido diferentes líneas investigativas de la comunicación, el énfasis predominante en todas las décadas, incluyendo los noventa y los inicios del nuevo siglo, ha sido la recepción de los medios. A pesar de esto no se puede desconocer que se han producido estudios relacionados con el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación, aunque el número de estos ha sido muy reducido.

Sin embargo, a pesar de la predominancia de los estudios de recepción y de la aparición de nuevos tópicos a estudiar dentro del contexto de la comunicación masiva e interpersonal, es evidente que en lo que compete a la sociología de la comunicación hay una escasez de estudios en Colombia y en especial, en la región Caribe que analicen el estado de vida personal, profesional y laboral de las personas que están produciendo la información o la noticia detrás de los medios mucho menos se conoce hasta qué punto el bienestar y las condiciones de vida de los periodistas y locutores afectan el ejercicio de la profesión y los niveles de calidad periodística.

Al respecto, Arroyave & Blanco (2005) plantea la necesidad que existe en América Latina de conocer más a fondo la dinámica profesional del periodista, pues los estudios en esta línea son escasos y en algunos casos, inexequibles. Algo distinto ocurre en el mundo Europeo y Anglosajón donde ha venido creciendo el interés por hacer investigaciones que analicen la humanidad del periodista, prueba de ello es la existencia de algunas investigaciones en el ámbito internacional que son referenciadas en sus trabajos: Barret (1984), Weaver (1996), Jhontone & Slawski (1976), Ortega & Humanes (2000), Shaver (1978), Stam (1993); pero también sobresalen otras investigaciones que la unidad investigativa constato por medio de algunas revistas científicas, que analizan el rol y la situación laboral de los periodistas: Fernández (2010), Cantalapiedra & Coca (2000), Martin & Amurrio (2009), Canel & Sánchez (1999), Fernández & Martínez (2002), Papí Gálvez (2007).

En Colombia y en especial, la Región de Caribe, que es el contexto específico que le interesa a la presente investigación, los trabajos empíricos sobre la vida del periodista y su profesión son insuficientes y escasos. Entre los trabajos existentes más reconocidos se encuentran los realizados por Arroyave & Barrios (2005), que analiza el perfil sociológico de periodistas de cinco ciudades de Colombia, Manrique, A., & Cardona, I. (2003) que estudia la situación laboral de los periodistas en Colombia, y el trabajo de Gutierrez & Prada et al. (2010) que analizan las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos.

Es claro que no existe en la actualidad, a nivel regional, ninguna investigación que aborde de forma específica, el estado actual de las condiciones laborales de los periodistas de Sincelejo y Santa Marta. Esto devela un vacío de conocimiento y la hace necesario analizar profundamente la dinámica periodística de estas dos ciudades, caracterizadas por presentar serios problemas de violencia, desempleo y pobreza.

La ausencia de trabajos científicos en esta materia hace de esta investigación un pertinente trabajo exploratorio que busca responder a la siguiente pregunta:

1.1 Pregunta problema

¿En qué condiciones laborales se encuentran los periodistas de Sincelejo y Santa Marta, que están vinculados a medios masivos de comunicación?

2. *Justificación.*

Esta investigación pretende analizar las condiciones laborales de los periodistas, identificar sus niveles de satisfacción personal y laboral, y analizar, desde los resultados obtenidos, el alcance de sus recursos para suplir sus necesidades básicas. También se propone identificar los procesos periodísticos a partir de la calidad informativa. Un estudio de los factores anteriormente mencionados, se hace necesario ya que no se cuenta con información suficiente para conocer el estado y las condiciones laborales de los periodistas de la Costa y mucho menos las de aquellos residentes en estas dos ciudades.

Uno de los mayores retos es contribuir con la base de datos de periodistas de Santa Marta y Sincelejo, y apoyar con estudios relacionados al el ejercicio comunicador-periodista. De igual manera, este es un aporte para una sociedad donde cada día se hace más difícil ejercer la labor periodística.

2.1 Impacto

Esta investigación puede tener un impacto fundamental en el desarrollo de todos los comunicadores que se encuentran ejerciendo el periodismo o planean trabajar en esta área. En primera instancia, porque aporta la creación de una base de datos de periodistas que aún no existe en la costa Caribe Colombiana y que podrá ser utilizada como apoyo y base para las próximas investigaciones que se realicen. Ésta se realizó para hacer posible la aplicación del instrumento investigativo en los medios abarcándolos en su totalidad, pero, además, para que los profesionales e investigadores del resto del país tuvieran acceso fácil y rápido a ésta.

Esto permitirá medir los niveles de satisfacción salarial, laboral, ambiental, profesional y familiar en todo el país, y hará que los estudiosos de las ciencias humanas de nuestro país y el mundo puedan evaluar y analizar estos índices.

Es de suma importancia analizar e investigar cuál es el nivel promedio de satisfacción en el medio periodístico y con qué garantías cuentan los periodistas para el ejercicio de su labor. Para que esta investigación fuera posible y para asegurar su veracidad y efectividad, se elaboró en primera instancia una base de datos que sirvió de guía y permitió dilucidar la cantidad de medios existentes en Santa Marta y Sincelejo, y el número de periodistas que laboran en ellas, relacionando a cada uno con su número de contacto. Una vez se contó con estos datos, se realizó un muestreo por referencia para encontrar periodistas

independientes y así se garantizó que la base de datos fuera lo más completa posible.

2.2 Unidad de investigación

La unidad investigativa estuvo compuesta por dos cuerpos investigativos que abordaron cuatro categorías principales:

Condiciones Laborales: referente a la evaluación de todo lo concerniente al ambiente laboral, las posibilidades de ascenso y las relaciones internas.

Satisfacción personal y laboral: correspondiente a la satisfacción entendida como la realización y el cumplimiento de expectativas y metas, personales y profesionales, a partir del contexto laboral.

Condiciones salariales: hace relación a los ingresos económicos que devengan los periodistas desde sus labores profesionales y la posibilidad de satisfacer sus necesidades básicas.

Calidad informativa: consistente en evaluar los procesos periodísticos que generan satisfacción o insatisfacción, y analizar que influencia tienen éstos en el desempeño de su labor periodística y el efecto que producen en la calidad de su trabajo.

3. Objetivos

3.1. General:

Analizar las condiciones laborales de los periodistas de Sincelejo y Santa Marta vinculados a medios masivos de comunicación, por medio de la identificación de la capacidad de ingreso y el entorno laboral para determinar el nivel de satisfacción laboral alcanzado.

3.2 Específicos

- Identificar los niveles de satisfacción personal y laboral de los periodistas en su entorno de trabajo.
- Establecer las condiciones salariales y el alcance de estos recursos para cubrir sus necesidades básicas.
- Evaluar los índices de satisfacción laboral con los procesos periodísticos a partir de los principios de calidad informativa que perciben en su entorno laboral.

4. Marco Teórico

En el siguiente trabajo se hizo una revisión bibliográfica extensa en la que se consultaron autores que tratarán los temas de satisfacción laboral, personal y condiciones salariales como aspectos incidentes en la calidad informativa de las personas de determinado contexto.

4.1. Satisfacción Laboral

Los estudios sobre satisfacción laboral demuestran que estos son la forma más sencilla de medir los niveles de felicidad o agrado que siente una persona en relación a su trabajo. Respecto a lo anterior, Wright & Bonett (2007) mencionan que: *“La satisfacción laboral es probablemente la más común y más antigua forma de operacionalización de la felicidad en el lugar de trabajo”*.

Por su parte, Ivancevich & Donnelly (1968) entienden la satisfacción laboral desde dos perspectivas: *primero, como un estado emocional, un sentimiento, una actitud o una respuesta afectiva hacia el trabajo; segundo, como el resultado de una comparación o ajuste entre expectativas, necesidades o resultados actuales del puesto y las prestaciones que el trabajo ofrece realmente.*

En ese mismo orden de ideas, Lee & Chang (2008) definen la satisfacción como *“una actitud general que el individuo tiene hacia su trabajo”*, y como *“un estado emocional placentero o positivo resultante de la experiencia misma del trabajo; dicho estado es alcanzado satisfaciendo ciertos requerimientos individuales a través de su trabajo”* (Andresen et al, 2007).

También se deben resaltar las investigaciones que asocian la satisfacción laboral con el compromiso y rendimiento en el trabajo, entre éstas se encuentra la realizada por Hawkins & Lee(1990) que estudia los factores que llevan a un empleado en determinada industria a comprometerse con su organización *“éste se basa en la satisfacción laboral y en el compromiso profesional. Este planteamiento lleva a tener distintas repercusiones en la gestión de las empresas turísticas y, sobre todo, en la gestión de su personal”*. En este estudio se establece una medición comparativa entre la satisfacción laboral y el compromiso que el empleado siente con su trabajo y se concluye que existe una relación cercana y proporcional entre estos dos factores.

Adicionalmente, los estudios de Barraza & Ortega (2009:1) definen la satisfacción laboral como la actitud que muestra el trabajador frente a su trabajo, basándose en creencias y valores que el trabajador desarrolla en su entorno laboral y que necesariamente, influyen de manera significativa en sus comportamientos y resultados.

Conservando esta misma línea pero siendo enfático en la eficiencia Yang (2010) considera que la satisfacción contribuye de manera significativa a la obtención de resultados o beneficios psicológicos en términos de eficiencia organizativa.

Al hablar de factores que contribuyen a la satisfacción laboral, Munchinsky (1983) sugiere que la satisfacción laboral está compuesta por dos factores distintos: *los factores extrínsecos hacen referencia al entorno en el que se trabaja y a factores tales como el salario, las políticas de la compañía, los recursos, la supervisión y las relaciones con los compañeros. Los factores intrínsecos reflejan la experiencia del individuo frente a su labor, y aborda aspectos como el reconocimiento, la responsabilidad y la promoción.*

Además de lo anterior, se destacan *el tipo de contrato y los tipos de jornada que pueden generar un apego emocional a la organización, dependiendo del factor estabilidad y de cómo son esas jornadas* (Munchinsky & Buonocuore, 2010).

Aplicando estos conceptos al contexto periodístico, existen diversos estudios que asocian la satisfacción laboral y personal con la dinámica de vida profesional y el ambiente laboral en donde se desempeñan los periodistas.

Los trabajos de Ortega (2000) desde sus investigaciones en el contexto europeo identifican cuatro factores que generan tensión en el oficio del periodista y que inciden en la forma como éste percibe su profesión: el factor vital, referente a lo absorbente del oficio; el factor competencial, que se relaciona con las habilidades que exige la profesión y con la capacidad de autorregulación y asociación; el factor relacional, que compete al ámbito de las relaciones interpersonales que se

construyen en su lugar de trabajo y entre los pares, y, finalmente, el factor político, que hace referencia a la tensión propia de la labor periodística, teniendo en cuenta la capacidad de los medios para influir en la sociedad desde sus contenidos y agendas.

Las investigaciones de Caro y Jiménez (2006), Fernández et al. (2002) y Bezunartea et al. (2000) mantienen la misma tendencia al analizar al periodista y perciben de igual manera su ámbito laboral y profesional. Haciendo énfasis en las condiciones laborales precarias de las que padece buena parte de los periodistas en los países europeos, las reducidas posibilidades de ascenso y su descontento con el salario que reciben. Sin embargo, estas condiciones no parecen incidir en el grado de satisfacción profesional de los periodistas.

Autores como Suárez et al. (2009) encontraron otras preocupaciones legítimas que sienten los periodistas respecto a su profesión, siendo estas las principales: la ausencia de autorregulación, la amenaza a la calidad de la información y la pérdida del poder crítico como consecuencia de la precariedad laboral y de la presión seductora de grupos económicos y políticos, quienes desean poner el periodismo al servicio de intereses particulares. Por su parte Martínez (1998) sugiere que los niveles de satisfacción aumentan siempre y cuando el periodista labore en actividades interesantes o que le apasionen.

En Colombia, entre los estudios existentes se destacan los realizados por Barrios & Arroyave (2006), y Manrique & Cardona (2003), en donde, además de reafirmar los aspectos más comúnmente encontrados en otros estudios nacionales e

internacionales en este campo (la mala remuneración, falta de políticas de ascenso, carencia de recursos para trabajar, lo absorbente de la profesión...) se hace visible también el descontento de los periodistas fruto de presiones ejercidas por instituciones publicas y privadas que cada vez privilegian más el interés comercial que el informativo. A la luz de las condiciones encontradas por las investigaciones anteriores, el uso del cupo publicitario como parte de pago se torna preocupante. Pues esta practica, que cada vez es más común, hace del periodista, en ciertos contextos, un profesional cuyo salario depende en gran medida de satisfacer a instituciones gubernamentales y privadas.

Se ha encontrado que los periodistas prefieren sistemas de trabajo participativos y no jerárquicos, que les aseguren libertad y autonomía, y en la que los temas se discutan y propongan de forma compartida (Santos, 2002). Según Martínez (1998), las características sobre las cuales se construye la satisfacción de los periodistas son las siguientes:

- Tener actividades interesantes
- Un buen salario
- Mayor prestigio en el puesto
- El trato que recibe
- Buenas condiciones de trabajo
- Sentirse a gusto en el trabajo

- Sistema de recompensas
- El compañerismo
- Los niveles de aspiración personal
- La estructura organizacional
- El desempeño confiable del papel asignado
- La expresión de la capacidad.

No se puede desconocer la importancia que tiene la remuneración recibida dentro de las labores profesionales. Sin embargo, los resultados de la investigación realizada por Rodríguez (2002) muestran que la baja remuneración salarial no es un factor determinante para la insatisfacción laboral. Esto es también sustentado por Santos, quien según lo citado anteriormente asevera que la dinámica del tú a tú y la información de primera mano tienen una importancia, para los periodistas, que prima sobre la motivación salarial.

Hechas las consideraciones anteriores, la Asociación de la Prensa de Madrid afirma que hasta 1990, no se apreciaba descontento profesional en el gremio de los periodistas. Cuatro años después, en la encuesta hecha en 1994 por Diezhandino, Bezunartea y Coca (1994), el número de periodistas insatisfechos subió. García Tójar (1999) publicó, tras realizar 60 entrevistas en profundidad a periodistas, que estos *“manifiestan importantes niveles de frustración o descontento en relación con su trabajo”*. Y en la encuesta del CIS de 1999, se

afirma que menos de la mitad de los periodistas españoles había pensado alguna vez en dejar de trabajar en los medios de comunicación. (Rodríguez, 2002).

Para la presente investigación se debe tener especial cuidado para obtener una respuesta veraz acerca del nivel de satisfacción del periodista encuestado. Porque como afirma BARBASCH et al. (1984), a partir de experiencias obtenidas en sondeos anteriores, difícilmente se obtienen resultados objetivos de insatisfacción si se formula la pregunta “*¿Está usted satisfecho con su profesión?*”. Es demasiado rotunda y directa como para ser contestada abiertamente. Además, reconocer esa insatisfacción puede denotar por parte del que contesta cierto índice de frustración o fracaso. Por este motivo se debe usar una pregunta indirecta: “*¿Ha pensado dejar la profesión?*”, con una escala de tres valores: “*nunca*”, “*alguna vez*” y “*muchas veces*”.

Las respuestas de dicho sondeo muestran un alto índice de insatisfacción entre los periodistas españoles. En concreto, tan sólo tres de cada diez, manifestaba no haber pensado nunca en la posibilidad de abandonar esta profesión. El restante ó sea, siete de cada diez, reconocieron haberlo pensado alguna vez o, incluso, en muchas ocasiones.

4.2 Calidad Informativa

Para empezar a definir calidad es necesario dar una definición de manera general, es decir sin especificar calidad en empresa de medios. Un autor que da un concepto ajustable a distintos sectores es Sánchez Taberner (2000:105) quien define calidad como *“ajustarse al modelo predeterminado”, “satisfacer las expectativas, demandas o necesidades de los consumidores”; “tener cero defectos”; “cumplir la función para la cual ha sido diseñado el objeto”; “que el producto o servicio sea apropiado para el uso que se le pretende dar”*. El interés por los estudios de calidad ha sido objeto de estudio desde hace más de dos décadas, los pioneros en éstos fueron los estudios de *newsmarking* – *“Que constituyen parámetros de noticiabilidad que regulan, de alguna manera, el trabajo periodístico. En este sentido, la calidad de las noticias se traduce en una forma de informar sobre la realidad en la que fundamentalmente predomina la preocupación del periodista por satisfacer la sed de saber del público, y por mejorar día a día los procesos de selección y creación o edición de las noticias”* (De la Torre Lidia – Terramo María 2009.)

Definir el concepto de calidad informativa demanda esfuerzos, que van más allá de la búsqueda de palabras que encierren las cualidades de la información transmitida por los medios de comunicación, que, en cualquier caso, son empresas y, como tales, tienen unas características que implican ser vistas como

un negocio en busca de esa calidad que ha de propender los fines intrínsecos del periodismo.

Con el tiempo, varios autores han intentado establecer un concepto de calidad informativa. Philip Meyer por ejemplo, dice que la calidad informativa radica en la posibilidad de influir en los públicos; Leo Bogard, por su parte, sostiene que se basa en estándares predeterminados sobre los que se mide su cumplimiento o aproximación. De igual forma, José Manuel de Pablos Coello y Concha Mateos (2003) aseguran que la calidad informativa está directamente en función del ejercicio de la democracia: las audiencias acceden a información que vale la pena para conocer diversos puntos de vista y obtener todos los datos que la ilustren a cabalidad, sacando a la luz pública los hechos acontecidos realmente.

Denis McQuail define la calidad desde el concepto del “interés público”, según el cual, los criterios de calidad periodística se derivan a partir de valores fundamentales para la cultura occidental y sustentan el rol social de la información. Para Robert Picard (2004) la calidad periodística es un concepto amorfo y problemático. En la mayor parte de los casos es ejemplificada por su ausencia y definida por oposición al comportamiento indeseable, con lo cual se proporcionan códigos de conducta que describen los comportamientos que los buenos periodistas deben tener (Gutiérrez Liliana, 2006).

Shultz (2000), 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.

Para la autora, Adriana Guzmán de Reyes, fuente importante para la construcción de este trabajo, la calidad informativa es *“la que, en conjunto, responde a las premisas económicas, competitivas, sociales, políticas y culturales”*. Y las empresas mediáticas responden a distintos aspectos:

- Económico, en tanto buscan la rentabilidad del patrimonio por medio de la producción de bienes y servicios con miras a observar utilidades.
- Competitivo, dado que mueven en diversos mercados con todos sus agentes y tratan de sobresalir entre ellos.
- Social, política y cultural, en cuanto cada empresa integra su acción empresarial y repercute en espacios diversos.

Los medios de comunicación deberían, en teoría, construir sus contenidos de acuerdo a las necesidades de sus receptores. Es por esto que no podemos hablar de calidad informativa sin mencionar las normas éticas que acompañan todos los procesos que lleva una noticia. Mar de Foncuberta (1999) afirma que el comportamiento ético de un medio a la hora de producir, editar y difundir sus contenidos es el requisito fundamental para su calidad y, como consecuencia, su credibilidad. Los códigos deontológicos suponen el compromiso por parte de los periodistas de adoptar unas normas de conducta profesional que van más allá de lo que contienen las normas legales.

5. *Metodología.*

Este estudio se circunscribe dentro de los parámetros de la investigación cuantitativa y se desarrolló desde un enfoque descriptivo – exploratorio.

No existe en la actualidad ninguna base de datos o fuente de información que permita establecer el número exacto de periodistas y locutores que existen en la región Caribe y en especial, en las ciudades objeto de estudio: Santa Marta y Sincelejo.

Por las razones anteriores, se consideró pertinente aplicar una muestra no probabilística de carácter intencional, tomando periodistas y locutores activos en cada una de las empresas de medios masivos existentes en estas dos ciudades.

Se escogió, intencionalmente, como mínimo a un periodista de cada medio de comunicación masivo existente en estas dos ciudades, de esta manera la unidad investigativa logro contactar a noventa y tres (93) periodistas de las diferentes empresas de medios, sesenta y uno (61) de ellos radicados en Santa Marta, y los treinta y dos (32) restantes en Sincelejo.

Para la escogencia se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

- Periodistas activos que laboran dentro de las ciudades seleccionadas, con una experiencia continua de al menos dos años en el ejercicio periodístico.

- Periodistas vinculados a un medio de comunicación masivo en una de estas ciudades, asumiendo roles y funciones como periodistas sin importar la modalidad de contrato.
- El cuestionario fue elaborado por Miguel Garcés (2010) y mide las condiciones laborales y socioeconómicas de los periodistas con aportes del cuestionario de Warr, Cook y Wall (1979) que miden los niveles de satisfacción laboral y personal que presentan buenos índices de validación interna.

6. *Procesamiento de la información*

La recolección de la información en Sincelejo y Santa Marta se aplicó en la doble jornada, por disponibilidad de tiempo de los periodistas de radio, prensa y televisión. Los participantes fueron seleccionados en sus lugares de trabajo.

A los periodistas se les aplicó un cuestionario tipo encuesta en su lugar de trabajo. En varias ocasiones, se les tuvo que dejar la encuesta porque se encontraban por fuera ejerciendo su oficio o no disponían del tiempo necesario para responder las encuestas.

Las encuestas fueron enumeradas para facilitar labores de digitación y luego fueron procesadas en el Software Estadístico SPSS Versión 18.

Se realizó una observación, para complementar la descripción a partir de lo cuantitativo.

7. HALLAZGOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

7.1 Información Demográfica.

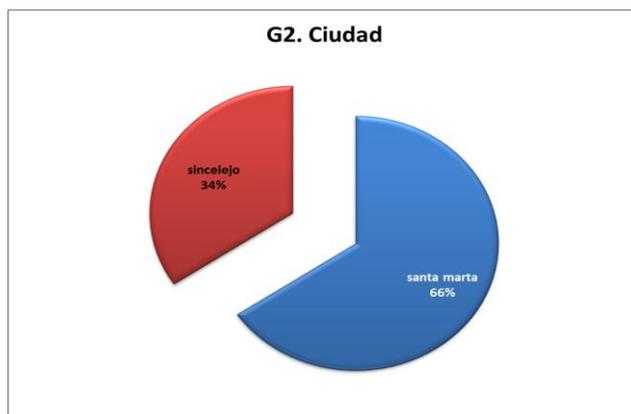
7.1.1 Tipo de medio informativo y ciudades monitoreadas

Gráfica 1. Tipo de medio de comunicación en el que laboran de los entrevistados.



Fuente: Autoras

Gráfica 2. Ciudad en la que laboran de los entrevistados.



Fuente: Autoras

La gráfica 1, evidencia que existe una proliferación de medios de comunicación radiales; 61% de emisoras existentes en las ciudades son monitoreadas. En segundo lugar, con un 30%, siguen los medios impresos entre locales y corresponsales de diarios nacionales. En tercer y último lugar se encuentran los medios audiovisuales con un 9%, que reúnen a canales regionales.

Con relación a los resultados de **la gráfica 2**, las cifras muestran que la mayor parte de la población estudiada se encuentra ubicada en la ciudad de Santa Marta (66%) frente a un 34% que tiene domicilio en la ciudad de Santa Marta.

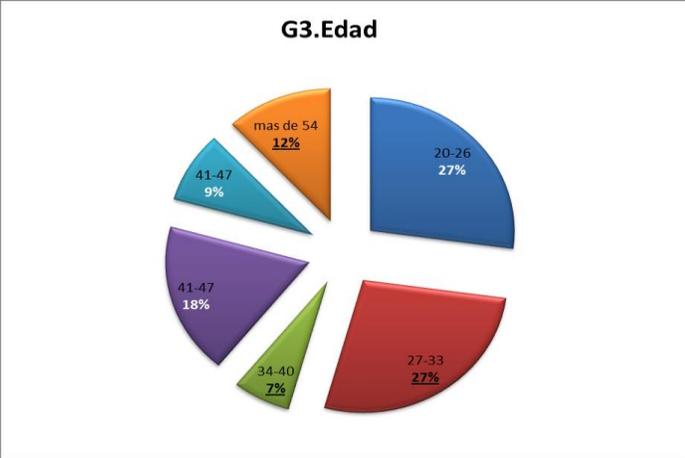
Sincelejo y Santa Marta son dos de las ciudades con más años de historia en la región, sin embargo, en materia de comunicaciones evidencian un cierto atraso. Esta afirmación se realiza con base en los datos arrojados por la investigación hecha por la unidad investigativa; las cifras demuestran que los medios radiales en ciudades como éstas son más comunes por tener menores costos de operación y mayores facilidades de acceso y recepción para las audiencias. Esto significa que en la región Caribe de Colombia, las cadenas radiales tienen mucho más permeabilidad en la población. Sin embargo, la prensa aún sigue siendo el medio por excelencia a pesar de la aparición de nuevas tecnologías. Este medio impreso es el preferido del público, sobre todo porque mantiene vivas tradiciones que son de mucha importancia para las distintas sociedades. Para la unidad investigativa es de gran importancia destacar que uno de los medios encontrados en la ciudad de Santa Marta tiene especial interés en las noticias del área rural, lo que permite la descentralización de la información al no informar sólo sobre los hechos que

ocurren en la capital sino que se extiende al resto de los municipios que componen el departamento.

Como se ha dicho anteriormente, la televisión en estas dos ciudades no es muy fuerte. A pesar de que existen más de los canales estimados, su calidad es precaria y dista de ofrecer una programación competitiva a nivel nacional.

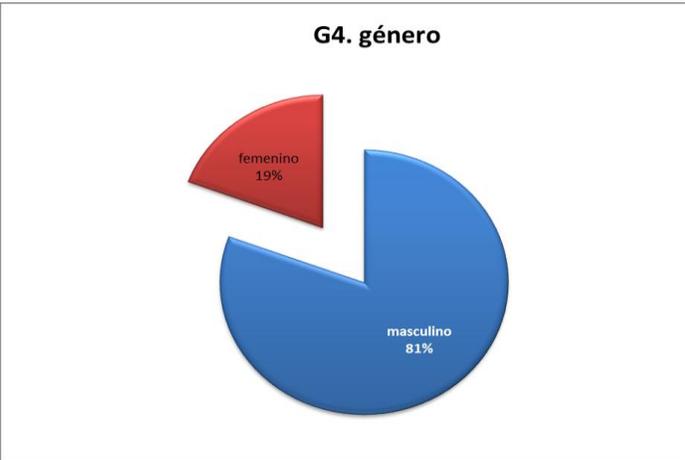
7.1.2 Rangos de edad y género

Gráfica 3. Edad de los entrevistados



Fuente: Autoras

Gráfica 4. Género de los entrevistados.



Fuente: Autoras

La gráfica 3, revela que de la población de periodistas encuestados un 61% se encuentran en la adultez, que de acuerdo a la ley Colombiana son aquellas personas que tienen entre 27-60 años. A este grupo le sigue el de los jóvenes (14 – 26 años) que compone el 27% de la población total, y el último 12% representa a los adultos mayores.

En cuanto a la variable género, en **la gráfica 4** se hace evidente que la población es predominantemente masculina, con un representativo 81%, mientras que las mujeres tan solo componen un 19% del total de periodistas encuestados.

La comunidad de periodistas en las ciudades está mayormente representada por hombres, lo que puede estar relacionado con la rudeza de este ejercicio y el patriarcado imperante por varios años del género masculino. En el ejercicio de campo la unidad investigativa se encontró con una situación; al llegar a una de las emisoras a realizar las respectivas encuestas, uno de los periodistas de mayor antigüedad en el medio, usó palabras fuertes para con el equipo investigador y expresó textualmente “no voy a llenar, siempre vienen a que uno les esté haciendo favores”. Luego de este lamentable incidente, se prosiguió con el trabajo realizando las entrevistas al resto del equipo periodístico, muchos de los cuales se excusaron por la actitud del señor y lo explicaron, argumentando que era uno de esos periodistas que le teme a la juventud porque la ve como su competencia, en especial si son mujeres. Este hecho –el evidente recelo que guardan algunos hombres hacia la llegada de mujeres a los medios- puede ser una de las causas de que existan tan pocas mujeres periodistas en ambas ciudades.

Lo anterior es congruente entonces con las cifras que dividen la población según el género, pero también con las edades de los periodistas encuestados, ya que más de la mitad son adultos incluyendo a aquellos que son adultos mayores y existe un considerable porcentaje de éstos que aún está vigente en los medios, especialmente en la radio. Es por ello que se puede afirmar que la radio es el medio donde más se adquiere experiencia, tomando la edad como símbolo de experiencia en la labor. Sin embargo, fue gratificante encontrar que casi un tercio de la población encuestada esta compuesta por jóvenes (14-26 años), lo que demuestra que la nueva generación de periodistas que se gradúan de las universidades y que están deseosos por hacer parte de los medios, están encontrando espacios en los medios. Esto no solo demuestra que se está apoyando la ley del primer empleo, sino que también se están llevando nuevas ideas y estilos a las noticias.

Por otra parte, la gran mayoría de la población joven se concentra en la prensa escrita, puesto que es el medio que requiere más personas y tiene mayor solvencia económica.

7.1.3 Nivel educativo alcanzado y formación periodística



Gráfica 5. Nivel educativo

Fuente: Autoras

Gráfica 5. Nivel de educativo en el área de periodismo



Fuente: Autora

La gráfica 5, ubica en primer lugar una mayoría poblacional en lo que concierne al nivel educativo escolar alcanzado. Se encuentra entonces que un 53% de la población es profesional; en segundo lugar, el 32% de los entrevistados cuentan con educación técnica, el 9% llegó a un nivel de básica secundaria, y finalmente el 6% restante es una población con un nivel educativo superior y posee especializaciones o maestrías.

Continuando con **la gráfica 6**, en lo que concierne al nivel de formación en periodismo, 49% de los periodistas cuentan con un título universitario, seguido por un 25% que logró llevar sus estudios a un nivel técnico; el 13% alcanzó un nivel tecnológico. Y el 13% restante, cuenta con una trayectoria periodística sin poseer algún tipo de estudio profesional relacionado con el ámbito comunicacional.

La calidad periodística no está completamente ligada al nivel de formación alcanzado por quien ejerce el periodismo. Para el caso de las ciudades objeto de estudio de la presente investigación, más de la mitad de la población posee una formación académica impartida desde la universidad, ya sea a nivel universitario o tecnológico, que para este caso, representa el tercio de la población encuestada, donde tan solo una minoría se encuentra en niveles más bajos de formación, técnicos y bachilleres. Cabe resaltar que durante toda la investigación se encontró que algunos periodistas poseen especializaciones o maestrías, si bien estos no componen ni la decima parte de la población encuestada, su existencia reviste una gran importancia porque evidencia el interés de los periodistas por realizar mejor su labor y mejorar la calidad de su trabajo. Este interés incide en las audiencias quienes empiezan poco a poco a recibir mensajes diversos y enriquecidos desde la academia.

Aún persiste lo empírico en muchos de los medios y aun más en los medios radiales, pues, es común encontrar que no exigen un nivel de formación para el ingreso al medio.

De hecho, es común que estos periodistas ingresen a los medios cuando están realizando sus estudios universitarios, sin importar la carrera que estudien. Los empíricos encontrados por la unidad investigativa sobrepasan la decima parte de la población y admiten que incursionaron en el medio gracias a su buena voz, aún así, su numero no se compara con la población que sí tiene una formación académica en cualquiera de sus modalidades.

Como bien se afirmó en un comienzo, el estudio no determina completamente la calidad periodística, pero si es de gran importancia para obtener otra mirada de las sociedades y los distintos momentos que atraviesan. Uno de los periodistas encuestados es profesional y aunque no ejerce un periodismo de campo, dice percibir en la forma de trabajo cuando alguien ha pasado por la universidad, y dice que el lenguaje es el principal elemento diferenciador entre quienes son completamente empíricos y quienes han estudiado. Esto no demerita la práctica como fuente de conocimiento; por el contrario, ésta es un elemento fundamental para formar el carácter y el estilo periodístico, pero debe ir acompañada de una formación académica que refuerce los talentos y les dé más prosa y peso a sus argumentos. El estudio y la practica redundan en favor de las audiencias que siempre serán merecedoras de calidad.

Al cruzar la variable género con nivel de estudio alcanzado y nivel de formación en periodismo, fue evidente que las mujeres son en su gran mayoría profesionales. Las cifras son contundentes; más de la mitad de la población femenina tiene una formación de educación superior en periodismo, por ende ejercen la comunicación desde saberes académicos. Mientras, un gran segmento

de la población masculina tiene una formación técnica o tecnológica. Finalmente, si bien el porcentaje de periodistas profesionales no supera la mitad de la población, es un número que no está lejos de dar una luz del buen nivel de formación académica encontrado en estas dos ciudades.

7.2 Contexto Laboral y Salarial.

7.2.1 Trabajos, problemas familiares y percepción de la familia

Gráfica 7. Trabajo y problemas familiares



Fuente: Autoras

Gráfica 8. Percepción positiva de la familia



Fuente: Autoras

De acuerdo a lo visto en **la gráfica 7**, se puede establecer que un 11% de los entrevistados está de acuerdo con que su profesión como periodistas les ha ocasionado problemas en su entorno familiar; esta situación puede estar empeorando, debido a que el 10% de los periodistas al no contestar "ni de acuerdo ni en desacuerdo", admite haber tenido alguna diferencia con su familia respecto a su carrera periodística. Adicionalmente, el 76% restante están en desacuerdo con la idea de que su labor periodística le genere problemas en su vida familiar.

Teniendo en cuenta lo anterior, en **la gráfica 8**, el 81% de los encuestados asegura que su familia ve de manera positiva su profesión como periodista, a este grupo es complementado por aquellos quienes se encuentran de acuerdo con la idea que su familia percibe su profesión de manera positiva (6%). El porcentaje que se mantuvo indiferente fue de 7%, esta cifra revela que existe cierto grado de inconformidad en la familia respecto a su profesión. El 6% restante, afirma que su familia tiene una percepción negativa de su profesión como periodista, contestando "en desacuerdo" y totalmente "en desacuerdo".

El apoyo de la familia es de vital importancia para cualquier actividad que una persona desarrolle, y el periodismo no es la excepción, sobre todo cuando se habla de una profesión que se enfrenta a diferentes peligros, que despierta amores y odios, que sufre presiones de corruptos y delincuentes, y que demanda una gran cantidad de tiempo.

La gran mayoría de periodistas cuenta con el apoyo de sus familias para ejercer el periodismo y también consideran que su trabajo no tiene mayor injerencia en la vida familiar. A pesar de esto, la unidad investigativa encontró el caso de un periodista que enfrentaba un proceso de divorcio porque su ex pareja ya no toleraba su trabajo, en particular los horarios y las llamadas de oyentes quienes algunas veces eran irrespetuosos. Este periodista al momento de realizarle esta pregunta exclamó: *“bendito el que no tenga problemas en su casa”*. Situaciones como éstas reafirman la hipótesis de que el periodismo no es una carrera fácil, que demanda muchas horas de dedicación y no todas las familias o parejas logran sobrellevar esta situación, a tal punto de acabar con las familias o hacer desistir del trabajo; para este caso puntual, este periodista prefirió su profesión por la gran pasión que le despierta.

Sin embargo, cabe destacar que un tercio de la población, al menos en una ocasión ha visto perturbada la armonía familiar a causa de su trabajo, lo que confirma que el caso planteado si bien no es muy común, tampoco es la excepción a la regla.

7.2.2 Los hijos, el periodismo y la elección de ser periodista

Gráfico 10. Los hijos y el periodismo



Fuente: Autoras

Gráfico 11. ¿Eligiría ser periodista?



Fuente: Autoras

La gráfica N° 10, arrojó que en lo que en lo que concierne al deseo del periodista a que uno de sus hijos estudien la misma profesión, un 31% se siente complacidos con la idea, mientras tanto un 38% se muestra indiferente, contestando "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Lo anterior sugiere que si en algún momento alguno de sus hijos deseara estudiar comunicación en cualquiera de sus ramas, aunque

no encontrará obstáculo alguno, no será del total agrado de sus padres periodistas.

Por otra parte, un 18% se encuentra en desacuerdo con la escogencia del periodismo como profesión por parte de alguno de sus hijos, a este porcentaje se le suma un 16% que se niega rotundamente a que sus hijos continúen con el legado y que contestó “totalmente en desacuerdo”.

En relación con este último, en **la gráfica N° 11** efectivamente el 71% de periodistas que dado el caso que tuvieran la posibilidad de volver a elegir su profesión, elegirían nuevamente ser periodistas, siendo esto consecuente con el porcentaje de periodistas que se encuentra complacidos con la posibilidad que uno sus hijos estudie su misma profesión (gráfica 10). Siguiendo en esta misma línea, se evidencia que un 13%, si bien no contesta rotundamente “de acuerdo” como el primer grupo, muestra una clara aceptación y satisfacción con su profesión. El grupo correspondiente al 6% muestra cierto grado de insatisfacción al contestar "ni de acuerdo ni en desacuerdo", para finalizar el 10% de la población está en desacuerdo, lo que evidencia la insatisfacción de este ultimo grupo.

Siguiendo con la línea temática de las anteriores graficas, éstas revelaron que a pesar de que más de la mitad de los periodistas volverían a elegir de nuevo esta profesión si tuvieran la oportunidad, no desearían en esa misma proporción que alguno de sus hijos estudie para ser periodista. Esta situación permite entrever las dificultades que conlleva esta profesión y que como es de esperarse ningún padre quiere que un hijo pase por sus mismas situaciones adversas. Este fenómeno se

podría explicar desde dos vertientes, por una parte está *la precaria remuneración salarial* (gráfica 14, capítulo 7.4), en la que casi todos los periodistas coinciden al afirmar, que esperan que sus hijos devenguen mejores sueldos que les aseguren su estabilidad y que sin duda alguna en el periodismo no lo va a hacer, a menos que se conviertan en dueños de un medio; expresó uno de los periodistas encuestados

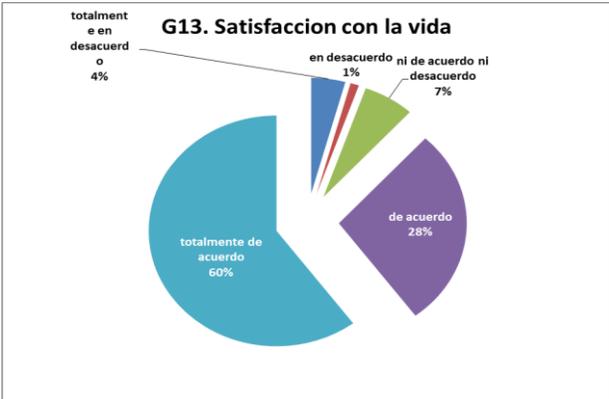
7.2.3 Condiciones y satisfacción con la vida

Gráfica 12: Goza de una condición de vida excelente?



Fuente: Autoras

Gráfica 13: Satisfacción con la vida



Fuente: Autoras

En **la gráfica N° 12** se puede apreciar que en lo referente a las condiciones de vida, el 41% de los periodistas encuestados, muestra una evidente satisfacción con su vida y el entorno de esta, en consecuencia se puede deducir que existe una satisfacción en un gran porcentaje de la población al constatar que otro 31% contestó "de acuerdo". Se puede notar un conformismo en lo que respecta a las condiciones de vida en un 13% de la población que contestó "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Y una insatisfacción palpable en el 15% restante que admite encontrarse insatisfecho con sus condiciones de vida.

En ese mismo sentido en **la gráfica N° 13**, la satisfacción con la vida es consecuente con el resultado del grafico de *Condiciones de vida*, ya que un 60% de la población se encuentra totalmente de acuerdo al hablar de satisfacción con la vida, incrementándose los niveles de satisfacción en más de un 28%, mientras que el grupo que presenta conformidad disminuye en un 7% respecto a la *Grafica N° 12*, se termina con un 5% que se encuentran insatisfechos con su vida.

Menos de la mitad de los periodistas encuestados se encuentra totalmente insatisfecho con sus condiciones de vida. Se podría decir que están conformes con las condiciones en que viven, pero que aún no existe esa plenitud que anhelan alcanzar. Dicha situación es un poco preocupante si se tiene en cuenta que una gran mayoría están ya en la adultez (gráfica 3, cap. 7) y poseen familias. Es más preocupante aún, si se le suma a lo anterior la realidad socio económica de cada una de las dos ciudades, que agrava por supuesto la situación, ya que cada vez son menos las oportunidades para conseguir un empleo.

Sin embargo, al hablar de satisfacción con su la vida el resultado tiene otro rostro, más de la mitad se siente satisfecho con su vida. Lo que indica que para ellos no están directamente relacionadas las condiciones de su vida con la satisfacción que sienten con la misma. Entonces se debe concluir que son los otros elementos que realmente los hacen felices, y que determinan en mayor proporción su satisfacción con la vida. Este tipo de hallazgos refuerzan lo aseverado por Rodríguez (2002), *“la remuneración salarial no es un factor determinante para la insatisfacción”*, las comodidades, elementos como la pasión que sientan por el trabajo, el reconocimiento que reciben de terceros por su labor, el respaldo de su familia, logran ser más influyentes en la satisfacción que cualquiera otro. Lee & Chang (2008) definen la satisfacción como *“una actitud general que el individuo tiene hacia su trabajo”* y como *“un estado emocional placentero o positivo resultante de la experiencia misma del trabajo; dicho estado es alcanzado satisfaciendo ciertos requerimientos individuales a través de su trabajo”* (Andresen et al, 2007).

7.3 CONTEXTO LABORAL Y SOCIO-ECONÓMICO.

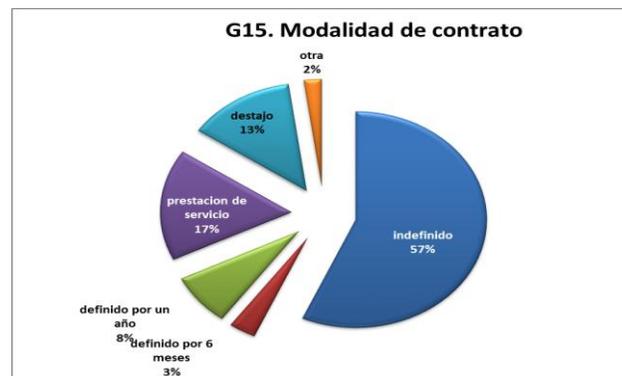
7.3.1 Tiempo laborado y modalidad de contratación en la empresa

Gráfica 14: Tiempo Laborado dentro de la empresa



Fuente: Autoras

Gráfica 15: Modalidad de contratación



Fuente: Autoras

Mediante **la gráfica N° 14**, se pudo establecer que en el rango de 1 a 3 años laborando en el medio, se encuentra el 29% de los periodistas, siendo esta la situación más común. En segundo lugar se encuentra el 27% de los periodistas, quienes llevan de 4 a 6 años laborando en el medio, seguidos por un 14% de encuestados que no han superado su primer año. Finalmente se encuentran los que tienen más de 6 años trabajando y están distribuidos en los siguientes rangos;

aquellos que se encuentran entre los 9 y 12 años componen el 12% y los que han trabajado entre 7 a 9 años, equivalen al 9%; un porcentaje similar (9%) es el de aquellos que han prestado sus servicio al periodismo por más de 12 años.

En consecuencia, al observar en **la gráfica N° 15** la modalidad de contratación en las diferentes empresas de medios se concluye: que la mayoría de los periodistas encuestados, es decir el 57% cuenta con una modalidad de contrato a termino indefinido, mientras que los contratos a termino definido por un año y por seis meses están en un pequeño promedio de 8% y 3% respectivamente. Se evidencia además, una preferencia por la contratación por prestación de servicio que representa el 17%, y la modalidad por destajo, el 13% mostrándose como un nueva forma de contratación creciente en las empresas, quienes optan por contratar pagando por día de trabajo laborado y de esta forma evitan pagar parafiscales y seguridad social. El 2% restante cuenta con otra modalidad de contrato que no quisieron mencionar.

En su gran mayoría, los periodistas encuestados no cuentan con muchos años de antigüedad en el medio donde laboran. Más de la mitad de la población ni siquiera ha cumplido los seis años, esto puede deberse a dos razones: la primera puede ser su juventud, ya que según lo arrojado por la grafica N° 3, un cuarto de la población está compuesto por jóvenes, lo que les ha impedido acumular ese tiempo laborado en una empresa. La otra razón puede ser la búsqueda de mejores salarios, ya que según *la grafica N°18*, más de la mitad de la población tan sólo devenga de 1 a 3 salarios mínimos mensuales; esto hace que en cualquier momento una mejor oferta sea aceptada sin ni ser siquiera meditada. Se reafirma

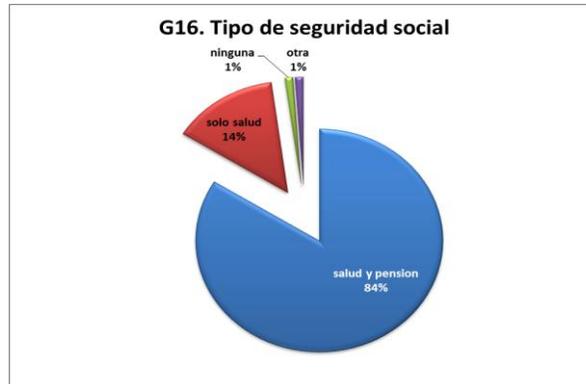
entonces que los malos pagos son una de las principales causas para emigrar a otro medio. Esto se hizo evidente en el trabajo de campo, cuando un locutor de una cadena radial admitió ante el equipo de investigación que pesar de sentirse satisfecho en el medio donde labora, esta considerando aceptar una oferta hecha por la competencia, ya que ésta le ofrece una mejor remuneración salarial.

Hay que resaltar que estos casos se evidenciaron principalmente en las empresas de medios como prensa, tv y radio comercial. En la radio noticiosa se encontró una continuidad y permanencia del mismo personal.

En cuanto al tipo de contratación que tienen los periodistas, se encontró que en gran proporción tienen un contrato a termino indefinido. Esto hacer que, por ley, cuenten con todas las garantías legales, y también les hace sentir una mayor estabilidad en el lugar de trabajo. Lastimosamente, se ha producido un incremento en el porcentaje de modalidades que eximen a las compañías de brindar seguridad social y que no cubren riesgos profesionales, como el destajo y la prestación de servicios. Contar con un contrato estable es de vital importancia para cualquier trabajador, ya que lo hace sentir seguro y confiado en su puesto de trabajo, por esto que se hace pertinente destacar el testimonio del director de una emisora universitaria, en la que el periodista lleva más de seis años laborando, año tras año le han prometido un contrato a termino indefinido, pero aun no se lo han dado, y actualmente cuenta sólo con un contrato por prestación de servicio.

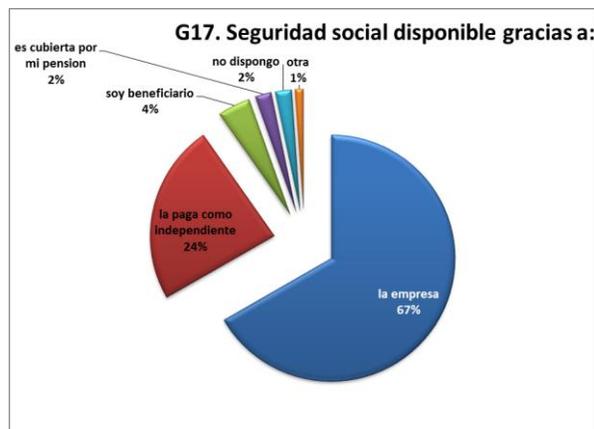
7.3.2 Tipo y estado actual de la seguridad social

Gráfica 16: Tipo de seguridad social



Fuente: Autoras

Gráfica 17: Quien brinda la seguridad social de los periodistas.



Fuente: Autoras

Como se puede observar en **la gráfica N°16** el tipo de seguridad con la que cuenta el 84% de la población es salud y pensión, mientras que el 14% solo cuenta con un básico de salud, seguido por un 2%, dividido entre: los que no cuentan con ningún tipo de seguridad social y los que cuentan con otro tipo de seguridad social.

Continuando con **la gráfica N° 17** y en relación con lo anteriormente descrito, se encontró que un 67% de los periodistas encuestados cuenta con seguridad social gracias a la empresa donde laboran. Un 24% de los periodistas paga su seguridad como persona independiente, y el resto de ellos, la minoría en esta grafica, se divide de la siguiente forma: un 4% son beneficiarios, un 2% tiene su seguridad social cubierta por la pensión, otro 2% no dispone de seguridad social y un 1% cuenta con otro tipo de seguridad, la cual no especifican.

El cumplimiento de la ley en lo concerniente a pagos y aportes de seguridad social sobrepasa el resto de opciones. En su gran mayoría, los periodistas cuentan con salud y pensión gracias a la empresa, sin embargo, aún persiste un gran número, casi un cuarto de la población, que tienen seguridad y pensión gracias a que ellos mismos la pagan. Más de la decima parte de la población encuestada sólo hace aportes a la salud, es decir que no cotiza semana de pensión; se deduce que quienes hacen parte de este último grupo también hace parte de los que la pagan de manera independiente; esta situación es realmente delicada, pues, es común hoy en día, encontrar trabajadores de empresas de medios retirados que no cuentan con ningún tipo de seguridad social. Estas personas y sus familias se encuentran totalmente desprotegidas por las empresas de medios donde laboraron, y no cuentan con una vejez tranquila.

Situaciones como éstas, han sido reveladas por los medios y se han vuelto cotidianas debido al afán de las empresas por reducir completamente los costos y aumentar sus márgenes de ganancia. Además, demuestran el poco compromiso que tienen los medios con su personal y su calidad de vida. Es por esto que el

gobierno ha reglamentado el pago de parafiscales a las empresas, aunque a pesar de esto, se siguen encontrando empresas en las ciudades estudiadas, en las que aun no se cumple esta regla a cabalidad.

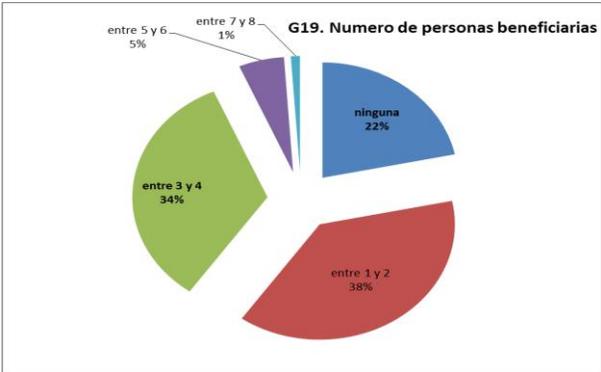
7.3.3 Promedio de ingresos y beneficiarios del mismo

Grafica 18: Promedio de ingresos mensuales.



Fuente : Autoras

Gráfica 19: Numero de personas que dependen de los ingresos mensuales.



Fuente: Autoras

La gráfica Nº 18, revela que el 46% de los periodistas tienen un salario ubicado entre 1 y 2 salarios mínimos vigentes, seguidos por el 23% que devenga entre 2 y 3 salarios. Un 17% de los periodistas gana entre 3 y 4 salarios. Y tan solo el 3%

recibe mensualmente 4 y 5 salarios mínimos, un 2% gana entre 5 y 6 salarios mínimos mensuales, otro 2% se encuentra en el rango de 6 a 7 salarios, un tercer 2% gana más de 8 salarios. Y finalmente se encontró que un 5% de los periodistas encuestados no alcanza siquiera a ganar un salario mínimo.

La gráfica N° 19, muestra que un 38% de los periodistas encuestados tiene entre 1 y 2 personas que dependen económicamente de ellos. Este grupo es seguido por un 34% que representa a quienes tienen entre 3 y 4 personas dependientes. Con un porcentaje minoritario se encontró que un 5% tienen entre 5 y 6 personas a su cargo, y tan solo un 1% de los encuestados tienen a su cargo entre 7 y 8 personas. Se destaca el 22% restante que representa a quienes no tienen ninguna persona a su cargo.

Casi la mitad de la población encuestada está trabajando por 1 o 2 salarios mínimos vigentes, es decir que estas personas ni siquiera devengan \$1.300.000 mensual, este nivel salarial les hace difícil subsistir a pesar de vivir en ciudades que tienen un costo de vida relativamente bajo. La precaria remuneración salarial es uno de los factores que más decepciona a los periodistas; al observar estas cifras en *la gráfica N° 9 del capítulo 5 -satisfacción con el entorno laboral-* se evidencia que es lógico su descontento por el pago de los honorarios, más aun si se contrapone con los salarios promedios devengados en otras profesiones, o incluso con algunas plazas en que, sin ser profesionales, los empleados logran devengar mejor sueldo que un periodista promedio.

Continuando con la línea del salario y alcance del mismo, sobresale que más de la mitad de los periodistas encuestados tienen entre 1 y 4 personas que dependen económicamente de ellos. Este es el número de personas promedio que dependen de un periodista, no importa si es hombre o mujer. Cabe resaltar sin embargo que casi un cuarto de la población no tiene la responsabilidad de sostener a un familiar, lo que indica que probablemente se está hablando de personas solteras.

Es necesario mencionar que no está claro como sigue existiendo sueldos tan bajos en compañías que reciben grandes ingresos y que reportan grandes ganancias mensuales gracias a la publicidad. Sobre todo teniendo en cuenta que el publicitario ha sido, por años, uno de los servicios más costosos en todo el mundo. Según se comprobó en el trabajo de campo, los periodistas son conocedores de la buena situación financiera de las empresas pero no son capaces de pedir un aumento en el salario, porque afuera hay cientos de personas que están dispuestos a trabajar por un salario aún menor. La anterior es una situación común a varios medios en los que laboran los periodistas encuestados.

7.3.4 Trabajos independientes

Gráfica 20: Cuenta con trabajos paralelos a su labor en los medios



Fuente: Autoras

La Gráfica N° 20, revela que en su gran mayoría el 74% los periodistas encuestados no tiene trabajos paralelos al periodismo, tan sólo un 26% manifestó tener otro trabajo aparte del registrado en la encuesta.

El periodismo es un trabajo que demanda tiempo y dedicación. Esto se puede concluir a partir de la gráfica N° 20, más de la mitad de la población encuestada no tiene trabajos paralelos y esto puede deberse primero a la gran cantidad de tiempo que demanda la profesión, y segundo como lo indica la gráfica N° 15 del capítulo *Contexto laboral socio-económico*, a la modalidad de contratación y por otra parte a los contratos de exclusividad que muchos firman con las compañías a las que están vinculados. Esto explica por qué los ingresos mensuales de muchos son tan bajos, ya que su trabajo no es bien remunerado en el medio en que laboran y no se les permite tener otra entrada que permita solventar más la situación. Entonces,

el periodista se encuentra ante una situación difícil en la que se ve al trabajador como un proveedor más de servicios, no se le reconoce su valor justo y no se le permite realizar un trabajo paralelo que pueda permitirle mejorar su condición económica y mejorar las condiciones personales y familiares.

La unidad investigativa en diálogo con los encuestados pudo constatar que los sueldos alcanzan para lo estrictamente necesario y que, más allá de suplir las necesidades básicas, los periodistas en su gran mayoría no se dan gustos adicionales. Estas afirmaciones permitieron concluir que efectivamente esta es una profesión de pasión y amor por lo que se hace, más no una profesión que se estudie con el fin de lucrarse, porque rara vez es posible.

7.3.5 Capacitación profesional

Gráfica 21: Ingresos suficientes para seguir capacitándose profesionalmente



Fuente: Autoras

La Gráfica N°21, muestra que para un 51% de los periodistas encuestados sus ingresos mensuales, en ocasiones, le alcanzan para continuar procesos de

formación que les capaciten profesionalmente. Mientras que para el 49% restante, sus honorarios no alcanzan para asumir este gasto.

Observamos que en su gran mayoría los periodistas encuestados consideran que su sueldo no es suficiente para continuar capacitándose en el aspecto profesional, esta cifra que casi llega la mitad de la población es completamente congruente con las cifras arrojadas por las graficas correspondiente a las variables de satisfacción salarial y alcance de los ingresos, y evidencia, a grandes rasgos, la precariedad de los sueldos al que un periodista promedio puede aspirar. La diferencia entre quienes consideran que el sueldo les permite continuar sus estudios y quienes no lo hacen es de sólo dos puntos porcentuales. A consideración de la unidad investigativa luego de realizado el trabajo de campo, y de dialogar con los encuestados, se hizo evidente que, en la gran mayoría de los casos, los periodistas de las ciudades de Santa Marta y Sincelejo no devengan lo suficiente para continuar dichos procesos, y que en el caso de hacerlo seria el fruto de un gran esfuerzo por parte de ellos y sus familias, ya que si bien los estudios superiores tienen mayores opciones de financiamiento, tienen un alto valor que en ocasiones es imposible de asumir para una persona que no supera los dos salarios mínimos mensuales.

El hecho de que se presenten resultados como los anteriores pone en duda la calidad periodística en las ciudades provinciales, porque si sus periodistas no continúan procesos académicos que los lleven a mejorar la calidad y argumentación de sus discursos, difícilmente podrán darle continuidad a los

trabajos que adelantan en sus ciudades de control social y político, tampoco irán a la vanguardia de las comunicaciones.

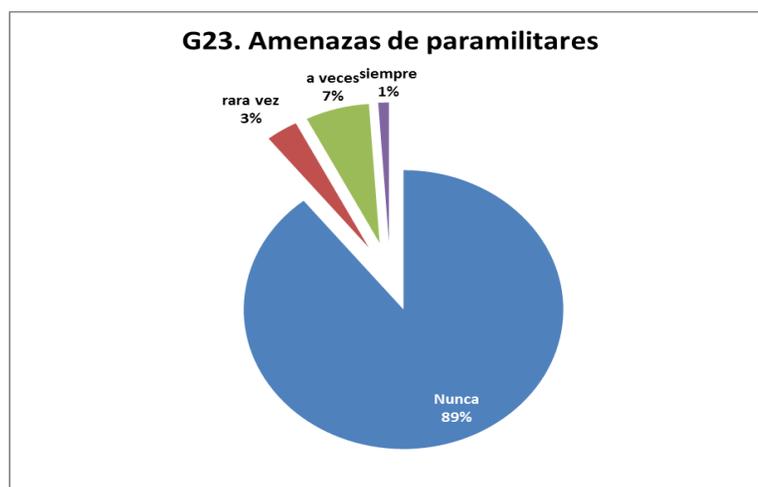
7.3.6. Agresión y amenazas de terceros

Gráfica 22: Agresión de la fuerza pública



Fuente: Autoras

Gráfica 23: Amenazas por parte de los paramilitares



Fuente: Autoras

Mediante **la gráfica N° 22** se puede evidenciar que en lo que respecta a la agresión de la fuerza pública, existe un 2% de la población encuestada que dice

ser víctima constantemente de este flagelo, siguiendo con un 5% que admite ser víctima a menudo de agresiones por parte de la fuerza pública, seguido por un 12% que afirma que a veces se ha sentido amedrentado por esta autoridad, continuando con un 8% de la población de periodistas que a pesar de decir que rara vez es amenazada, indica que al menos una vez sus derechos han sido vulnerados por parte de la fuerza pública. Finalmente el 73% de los periodistas niega haber sido coaccionados de manera violenta por la fuerza pública.

En cuanto a **la gráfica N° 23**, las amenazas por parte de los paramilitares se evidencian en un 1%, sin embargo, este dato se hace significativo, ya que el 7% de la población encuestada argumenta que a veces han sido víctimas de amenazas, una población correspondiente al 3% admite que rara vez ha sido víctimas de los paramilitares, pero esta población se ha visto amedrentada por este grupo al margen de la ley en al menos una ocasión. El 89 % restante, niega haber sido víctima de amenazas por parte de grupos paramilitares por su labor periodística.

La décima parte de la población admita que han sido víctimas de amenazas por grupos al margen de la ley incluyendo la guerrilla, que son responsables de un pequeño porcentaje de las amenazas, lo que es lógico por estar esta zona más poblada por grupos paramilitares que por grupos guerrilleros. La unidad investigativa constató, que este porcentaje es mayor al revelado por las encuestas, pues verbalmente comentaban que de ese no era un tema del que quisieran hablar, este comportamiento muestra un marcado hostigamiento por parte de estos grupos.

Al cruzar las variables entre amenazas por parte de grupos paramilitares y tipo de empresa de medios, se hace notable que existe mayor presión y amenazas hacia periodistas que laboran en medios radiales y prensa

7.4 SATISFACCIÓN LABORAL CON LOS PROCESOS PERIODÍSTICOS

7.4.1 Satisfacción con la ética y la independencia periodística

Grafica 1: Satisfacción con la ética.



Fuente: Autoras

Grafica 2: Satisfacción con la independencia periodística



Fuente: Autoras

La Gráfica No.1 muestra la satisfacción de los periodistas en lo que respecta a la ética periodística en estas dos ciudades. El mayor grupo de encuestados (49%) evaluó positivamente esta categoría. Un segundo gran grupo, el 37% de los periodistas, optaron por manifestar que el compromiso del medio de comunicación con la ética en su entorno laboral no es ni buena ni mala. El último grupo (14%) está compuesto por los periodistas que califican negativamente el compromiso de su medio con la ética periodística según lo experimentado en su entorno laboral.

Con relación a los resultados de **la Gráfica No. 2** las cifras en torno a la independencia e imparcialidad periodística son bastante similares, de tal forma que el 51% de los encuestados percibe de forma positiva a su empresa informativa en lo referente a este factor, y sólo el 10% de los encuestados la percibe de forma negativa. Por otro lado, el número de periodistas que tiene reservas con respecto al compromiso institucional con la independencia alcanza el 39%.

Se observa una estrecha relación entre compromiso ético y compromiso con la independencia periodística, lo cual es coherente con la obtención de resultados similares en ambas categorías. Aunque es resaltable que la proporción de periodistas que evalúan el compromiso con la ética y la independencia periodística entre “excelente” y “bueno” alcanzan la mitad, las cifras de quienes no están conformes con la manera en que se asume el compromiso con la ética y la independencia en su lugar de trabajo es igualmente significativa, pues corresponde a la otra mitad de los encuestados.

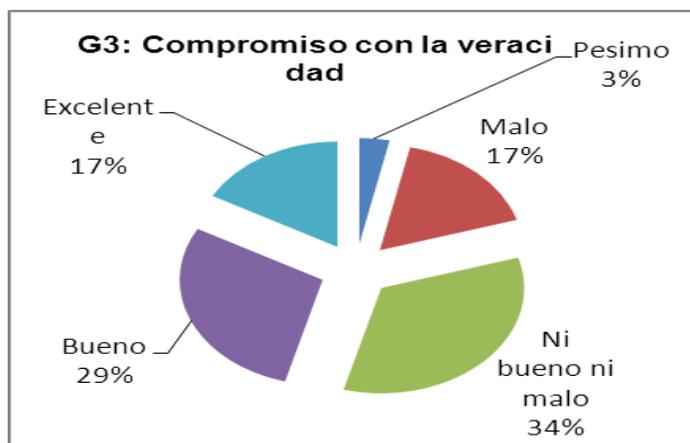
La inconformidad tiene dos rostros: por un lado están los que son claros en considerar dicho compromiso como pésimo o malo, y por el otro, los que muestran ambigüedad respecto a la existencia de un compromiso institucional que asegure la ética y la independencia para el desempeño de la labor periodística. En este contexto la ambigüedad está estrechamente relacionada con la duda, lo que podría deberse a que en ciertos aspectos de las organizaciones donde laboran, no sienten que sea una prioridad institucional ni la ética periodística ni la búsqueda de independencia, como aspectos esenciales para la producción de contenidos informativos.

Al cruzar las variables “ética” e “independencia periodística” con otras variables como “ingresos mensuales” y “tipo de empresa mediática”, se pudo establecer que los periodistas de empresas radiales en estas ciudades son más abiertos a poner en duda la presencia de un compromiso por parte de las empresas informativas con la ética y la independencia. En cambio, los periodistas de prensa y televisión tienen mayor tendencia a no reconocer la falta de compromiso y de garantías frente al tema en cuestión, o a no querer discutirlo, por lo que mantienen ambigüedad o reserva en sus respuestas.

El tipo de salario también incide a la hora de evaluar la ética y la independencia, de tal manera que los periodistas que devengan menos de dos salarios mínimos fueron más proclives a reconocer la ausencia de compromiso o garantías en estos dos aspectos al interior de las empresas informativas donde laboran.

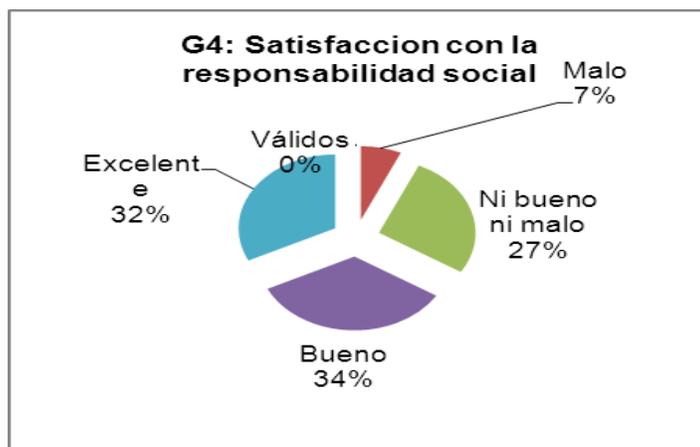
7.4.2 Satisfacción con la veracidad informativa y la confiabilidad de las fuentes

Grafica 3: Compromiso con la veracidad informativa



Fuente: Autoras

Grafica 4: Satisfacción con la responsabilidad social



Fuente: Autoras

La Gráfica No. 3 revela que el 46% de los periodistas evalúan de forma positiva al medio de comunicación donde laboran, en relación con su compromiso con la

veracidad informativa. Sin embargo existe un grupo significativo de periodistas que aseveran que las empresas informativas brindan pocas garantías para ejercer un periodismo comprometido con la verdad, de tal forma que el 20% califica de forma negativa dicho compromiso. En una categoría similar es posible ubicar al 34% restante de los periodistas, quienes no consideran ni bueno ni malo dicho compromiso.

Cuando se les preguntó sobre las garantías que brindan las empresas informativas, con respecto a la responsabilidad social y la confiabilidad de las fuentes que seleccionan, los resultados muestran ser incongruentes con respecto a las garantías de veracidad, ya que según **la Gráfica 4** el 66% de los encuestados considera positiva la actitud de los medios de comunicación para brindar garantías de responsabilidad social, y un 61% manifiesta que existe un compromiso institucional para seleccionar fuentes confiables. Sólo un 7% evaluó negativamente dicho compromiso con la responsabilidad social, y un porcentaje similar representa a los que dudan de la existencia de un compromiso sólido con el proceso de selección de fuentes confiables, para un total de 14%.

Aun así no se puede desconocer el porcentaje de periodistas que mantienen cierta posición de neutralidad al no considerar ni bueno ni malo el compromiso con la responsabilidad social (27%) y el compromiso con la confiabilidad de las fuentes (32%).

Aunque la proporción de periodistas que afirman que existe un compromiso institucional con la veracidad informativa es significativo, no alcanza siquiera la

mitad. En cambio el porcentaje de los que dudan de la presencia total de dicho compromiso es mayor, ya sea por evaluar de forma negativa dicho compromiso o en su defecto por mantener una opinión ambigua frente al tema.

A la luz de estos resultados, se encuentra que es favorable el hecho de que una buena parte de los medios de comunicación muestren un compromiso claro frente a la veracidad. Pero al tiempo es preocupante que este resultado no sea la norma sino la excepción, toda vez que dentro de los decálogos y normatividades internacionales del periodismo se reconoce la veracidad junto a la independencia como aspectos imprescindibles para la tarea periodística, frente a su compromiso con la responsabilidad social.

Al poner en diálogo la veracidad informativa con las categorías “responsabilidad social” y “confiabilidad de las fuentes”, no se aprecia un resultado coherente. Las cifras de presencia de compromiso con la verdad son incongruentes con el porcentaje de periodistas que afirma la presencia de un compromiso firme con la responsabilidad social y la adopción de fuentes.

Frente a esto, la unidad investigativa presenta diversas inquietudes que requieren resolverse a profundidad con nuevos estudios complementarios de corte cualitativo:

¿Por qué el concepto de veracidad informativa que entienden los periodistas no tiene íntima relación con el compromiso de responsabilidad social institucional?

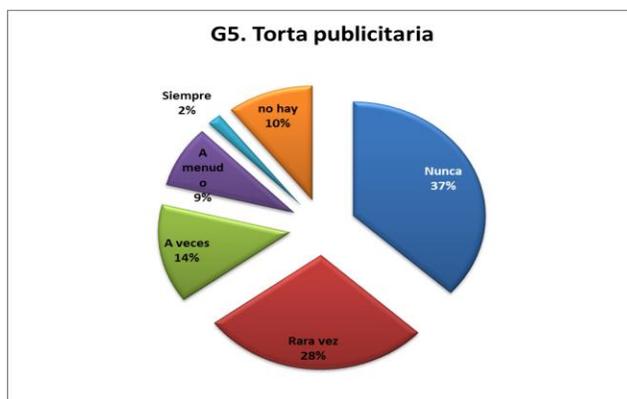
¿Qué significa entonces que los periodistas evalúen la responsabilidad social de la empresa informativa dejando de lado el principio de la veracidad informativa?

Esta visión de la responsabilidad social divorciada de la ética periodística presume, entonces, una comprensión del concepto de responsabilidad social atada a una visión más filantrópica y menos integrada a la dinámica profesional. Por lo cual, la responsabilidad social para ellos no implica necesariamente responsabilidad profesional dentro del ámbito laboral, se asimila más a un favor solidario y no a un deber profesional que atañe a la agenda informativa y todo lo que implica la funcionalidad estructural de las empresas informativas.

7.5 Aspectos Laborales que inciden en la Calidad Periodística.

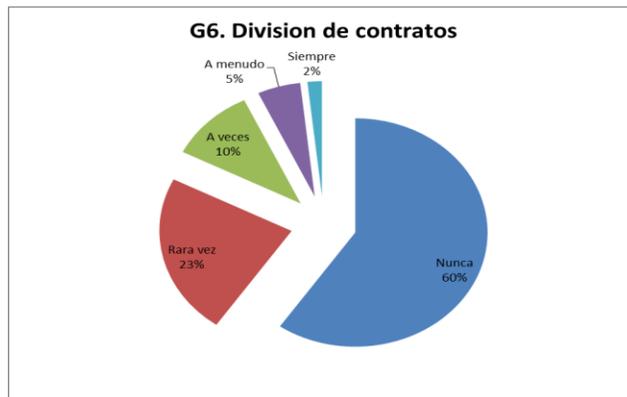
7.5.1 Incidencia de la torta publicitaria y los acuerdos para dividirse contratos

Grafica 5: Torta Publicitaria



Fuente: Autoras

Grafica 6: Acuerdos de jefes y directivos para dividir los contratos



Fuente: Autoras

La **Gráfica No. 5** muestra que un 35% de los periodistas percibe que las ganancias de la torta publicitaria afectan negativamente la calidad de su trabajo informativo; otros 28% considera que rara vez les ha afectado pero reconoce que han existido casos en que sí lo ha hecho, lo que reafirma la veracidad de lo afirmado por el porcentaje anterior. Adicionalmente, se resalta que el 37% de los periodistas de estas empresas informativas asegura que este aspecto no afecta la calidad de sus labores periodísticas.

En el caso de la división de contratos que surge como una dinámica de acuerdo entre jefes de medios y los periodistas del mismo, **la Gráfica No.6** revela que la incidencia negativa es de un 17%, pero a otro 23% esta situación les ha afectado raras veces, lo cual corrobora que al menos en una ocasión, esta división de contratos ha afectado negativamente a la calidad informativa. A pesar de lo anterior, un 60% de los periodistas manifiestan que la calidad de su trabajo periodístico no se ha visto amenazada por los acuerdos que han tenido con sus jefes para la división de los contratos celebrados.

Los resultados evidencian que las ganancias de la torta publicitaria han afectado a muchos periodistas y empresas informativas en el desempeño de su trabajo periodístico, a algunos más que a otros. Precisamente los periodistas que reconocen la incidencia de la torta publicitaria en la calidad informativa son conscientes de las transacciones comerciales de cada medio, y de las ganancias desmesuradas que obtienen de estas prácticas, que son normales dentro de la estrategia de sostenimiento, pues la gran mayoría de medios ha implementado un modelo que permite a los periodistas conseguir pauta publicitaria, ganar porcentajes de la concentración total de la torta, o han implementado sistemas de bonos por ventas que motivan al periodista. En ese sentido, es claro que ningún medio de comunicación privado funciona por caridad, pero se vuelve un problema cuando la pauta define todo, incluyendo la calidad y el contenido de la agenda informativa.

Al relacionar la variable “tipo de medios” con el reconocimiento de la torta publicitaria como factor incidente en la calidad informativa, se encontró que los periodistas que laboran en televisión reconocen con mayor libertad que efectivamente las ganancias por publicidad en ocasiones afectan negativamente el buen desempeño de su trabajo periodístico. La cifra de periodistas de televisión que visibilizaron esta problemática alcanza una proporción del 62.5% del total de participantes de este sector. Este aspecto que resaltan los periodistas de medios televisivos es evidente, toda vez que la participación de la propaganda en cualquier programa de televisión distinto a los noticieros cubre más de la mitad del tiempo total de la emisión.

Un caso similar ocurre con los periodistas participantes del estudio que devengaban menos de dos salarios mínimos, estos en su gran mayoría eran los que reconocían la incidencia negativa que tienen las ganancias de la torta publicitaria en la calidad del trabajo periodístico. Es posible afirmar, desde la lógica, que mientras mayor sea el salario devengado en el entorno laboral periodístico, menor será la probabilidad de reconocer que la torta publicitaria permea la calidad de la labor informativa.

A diferencia de las ganancias de la torta publicitaria, los arreglos entre jefes y periodistas para dividirse los contratos comerciales es una situación que afecta en menor medida la calidad del trabajo de los periodistas. Sin embargo, casi la cuarta parte de los periodistas manifiestan que existen dificultades en estos acuerdos que de alguna manera inciden negativamente en la calidad de su labor. No es posible determinar con exactitud desde esta investigación cuantitativa, qué es lo que genera molestia en los periodistas frente a la forma en que se dan estos arreglos o, si la inconformidad es producto de los estrictos controles que hacen las entidades correspondientes a los medios a partir del tipo de contratación que se celebra y del monto obtenido en dichos contratos.

No se puede ignorar que el 10% de los medios no está sujeto a las tentaciones que entraña el modelo publicitario. Tal es el caso, en Santa Marta, de medios como las emisoras de la Policía Nacional y las Educativas (UniMagdalena), que son subsidiadas por el Estado. En este tipo de emisoras no hay publicidad. Los periodistas durante la encuesta aplicada manifestaron a la unidad investigativa que afortunadamente es así, porque este modelo cobijado por la pauta, si bien

aumenta las ganancias tanto para el medio como para ellos, crea un ambiente de presión entre los jefes y los periodistas porque estos últimos son diariamente evaluados, para ver si han cumplido o no con la meta trazada de la torta publicitaria, ya que ésta sostiene no sólo la planta de personas sino también la agenda informativa. En Colombia, entre los estudios existentes se destacan los realizados por *Barrios & Arroyave (2006)*, y *Manrique & Cardona (2003)*, además de reafirmar los aspectos muy comunes que se presentan en otros estudios nacionales e internacionales en este campo (la mala remuneración, falta de políticas de ascenso, carencia de recursos para trabajar, lo absorbente de la profesión...) emerge el descontento de los periodistas por las presiones institucionales que cada vez privilegian el interés comercial que el informativo, y por eso inquieta la tentación creciente del cupo publicitario como parte de pago, lo que hace del periodismo en ciertos contextos, una labor comprada por las instituciones gubernamentales y privadas.

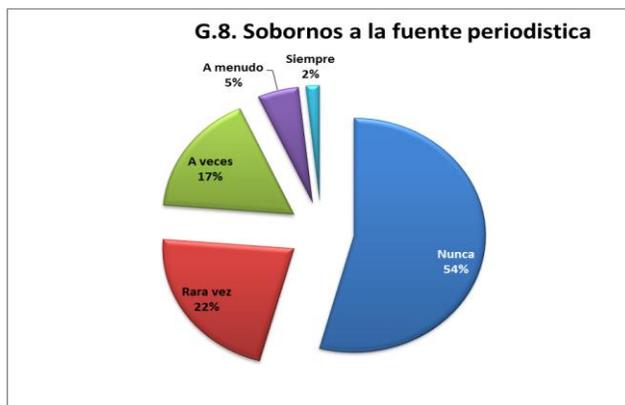
7.5.2 Incidencia de la clase política y los sobornos de la fuente al periodista

Gráfica 7: Presión de la clase política



Fuente: Autoras

Gráfica 8: Sobornos a la fuente periodística



Fuente: Autoras

De acuerdo con **la Gráfica No. 7₁**, se aprecia que el 42% de los periodistas encuestados asegura que la presión de la clase política muchas veces ha afectado la calidad periodística. Incluso existe otro 27% que al asegurar que rara vez esto ha sido fuente de presión, está corroborando que efectivamente han existido situaciones en que la clase política y su poder han incidido negativamente en la calidad periodística. Cabe agregar que existe un grupo significativo de periodistas (31%) que afirma que nunca la calidad informativa se ha visto afectada por injerencia de la clase política.

En cuanto a los sobornos de la fuente, **la Gráfica No. 8** revela que un 24% de los periodistas han sido sobornados en más de una ocasión por las fuentes, lo que ha afectado negativamente la calidad informativa. De igual manera otro 22% manifiesta que rara vez han vivido esta situación, lo que evidencia que el problema ha impactado algunos medios más que a otros. Caso contrario ocurrió con el 54% de los periodistas que manifestaron no haber conocido sobornos de la fuente que pusieran en peligro la calidad de la labor periodística.

Evaluando los resultados anteriores se evidencia que en estas dos regiones de la Costa Caribe aún existe mucha presión por parte de la clase política dirigente hacia los medios y sus periodistas. Casi la mitad de la población afirma que, la presión de la clase política incide en la calidad de su labor. Esta es una cifra que debe considerarse alarmante y más aún porque se supone que la democracia debe brindar todas las garantías para que los medios ejerzan su labor plenamente.

Es resaltable que un gran porcentaje no logra asumir una postura clara frente a este tipo de preguntas tan puntuales, pero la opción “rara vez” corrobora que en alguna ocasión han sido víctimas de presiones y que éstas afectan considerablemente la calidad de su trabajo. Durante la aplicación de las encuestas, se entrevistó a varios periodistas sobre las presiones que sufren los medios por cuenta de la clase política, evidenciándose para el caso de Santa Marta, que existen alianzas entre periodistas y gobernantes de turno, en los que la gran mayoría de los medios se encuentran apoyando la gestión realizada por el alcalde, avalando sus proyectos por considerarlos incluyentes y de gran beneficio social. Sin embargo, mediante el trabajo de campo, la unidad investigativa pudo observar que existe una cadena radial y un periódico que están en desacuerdo con las políticas del gobierno local, argumentando que el Alcalde no sabe de administración pública y no tiene claridad de cómo proyectar la ciudad hacia un mejor desarrollo social. Pero ésta no es la verdadera razón por las que estos medios han asumido esta postura de oposición, la realidad es que el alcalde en turno de Santa Marta, salió elegido como Alcalde sin el apoyo de la clase política que por años se ha turnado la alcaldía y la gobernación, y tampoco realizó

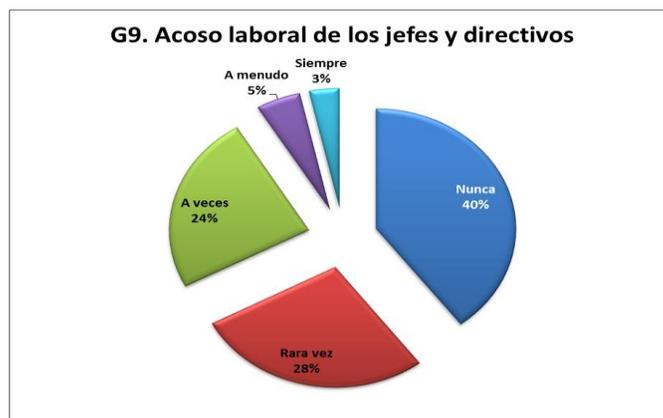
alianzas con el concejo de la ciudad. Es por esto, que éstos dos medios, con el apoyo de la gran mayoría de concejales, aprovechan cualquier oportunidad para hablar negativamente del alcalde y de la gestión de su gabinete.

En la ciudad de Sincelejo, se encuentra que los periodistas se han convertidos en garantes de gestión y en parte fundamental para hacer control político. A la gran mayoría de los periodistas encuestados no les afecta el soborno que una fuente pueda o no hacerles, y esto es debido a que como muchos expresaron, no aceptan este tipo de ofrecimientos porque en el momento de aceptar o no, algo a cambio de favorecer con la información a determinado actor social, se convierten en una especie de lacayo de éstos.

Para la unidad investigativa fue satisfactorio encontrar, esos niveles de compromiso con la verdad, a pesar de que los periodistas no cuentan con todas las garantías ni comodidades para ejercer una labor plena.

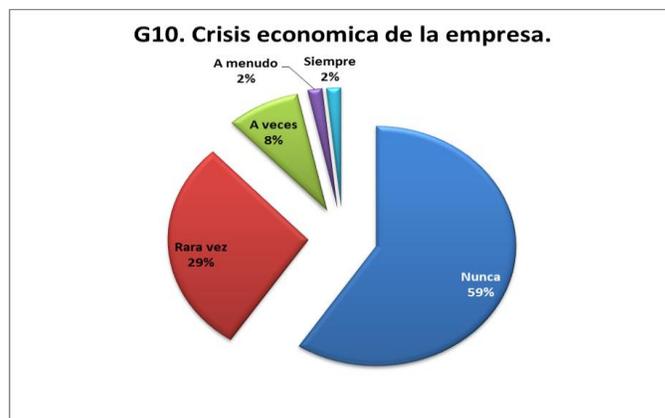
7.5.2 Incidencia del Acoso Laboral de jefes y Directivos / Crisis Económica de la Empresa.

Grafica 9: Acoso laboral de jefes y directivos



Fuente: Autoras

Grafica 10: Crisis económica de la empresa



Fuente: Autoras

De acuerdo con **la Grafica N° 9**, se puede observar que un 40% de los periodistas encuestados afirma que el acoso laboral por parte de sus jefes o directivos nunca ha afectado su calidad periodística. Sin embargo, un 32% reconoce que el acoso puede, en ocasiones, afectar su labor, y el 28% restante

afirma que rara vez ha sido víctima de acoso por sus directivos. Este porcentaje demuestra que por lo menos una vez han sido víctimas del acoso, y que por lo menos una vez en su trabajo se han visto afectados por estos hechos.

En cuanto a la crisis económica de la empresa, **la Gráfica N° 10**, muestra que un 59% de los periodistas no considera que la crisis económica de la empresa afecte su trabajo. De hecho, la gran mayoría manifestó que las empresas de medios casi nunca sufren crisis financieras. Tan solo un 12% de la población manifiesta que este hecho puede afectar su trabajo, y un representativo 29% respondió con “rara vez”, lo que nos corrobora que la crisis económica sí ha afectado en algunas ocasiones la labor periodística, aunque con poca frecuencia.

Los resultados evidencian que el acoso laboral por parte de los jefes y superiores en ocasiones incide en la calidad del ejercicio periodístico. Por el hecho de aplicar la encuesta en su lugar de trabajo, a algunos les fue difícil ser imparciales en la respuesta, sin embargo, para la unidad investigativa, es preocupante el gran número de periodistas que no asumen una posición radical frente a esta pregunta que plantea un claro juicio frente a sus directivos/jefes.

Al cruzar la variable modalidad de contrato con la variable acoso laboral da como resultado que no existe ninguna relación. Es decir que el tipo de contratación que los periodistas tienen con la empresa informativa no determina en qué medida son presionados por parte de sus superiores, el hecho que se tenga una mejor forma de contratación no es garantía de recibir menos o más presiones. Las presiones ejercidas por los superiores son inherentes al ámbito laboral, lo mismo sucede con

el tiempo laborado en la empresa, esta tampoco es una variable que juegue un papel decisivo para determinar la incidencia del acoso laboral en la calidad periodística.

Caso contrario se observa al relacionar la variable tipo de empresa de medios con la variable acoso laboral, aquí se pudo constatar, desde los datos obtenidos, que la radio sigue siendo no sólo el medio con mayor número de periodistas que asumen una posición clara frente a las preguntas realizadas por la unidad investigativa, sino que los periodistas de estas empresas manifiestan sufrir mayor presión por parte de los superiores, lo que afecta, en ocasiones, la calidad del trabajo informativo.

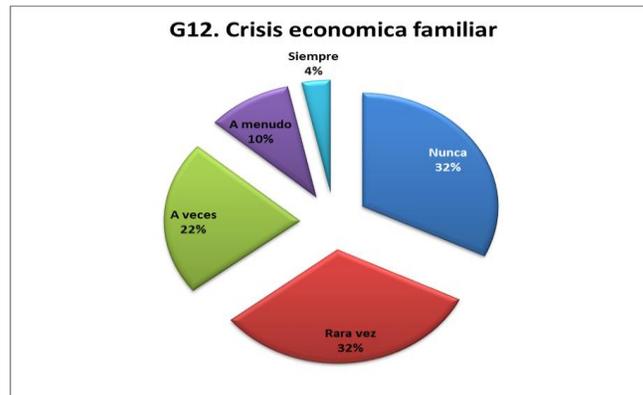
7.5.4 Incidencia de la precaria remuneración salarial y la crisis económica en la familia

Grafica 11: Precaria remuneración salarial



Fuente: Autoras

Grafica 12: Crisis económica familiar



Fuente: Autoras

La **Grafica Nº 11**, revela que en lo que respecta a la remuneración salarial en las ciudades de Santa Marta y Sincelejo, un 41% de la población de periodistas argumenta que la precaria remuneración salarial efectivamente afecta su calidad periodística. Otro 25% aduce que el salario rara vez afecta su desempeño, pero esta cifra supone que el porcentaje anterior podría ser mayor. Finalmente, un 34% de los encuestado asegura que la calidad periodística en su vida laboral jamás se ha visto perturbada por razones económicas.

Como puede observarse, la **Gráfica Nº 12** Indica que el 36% de los periodistas encuestados admite que su calidad periodística se ve afectada por la crisis económica familiar. Un 32% responde que rara vez se ha visto afectada, lo que confirma que al menos en una ocasión se ha visto afectada la calidad periodística por este factor. El 32% restante rechaza la posibilidad de que su labor se vea empañada por algún problema económico-familiar.

Es evidente que la remuneración salarial es un factor que influye en el desempeño del periodista; en algunos casos más que en otros, por supuesto. A pesar de ello,

el porcentaje de la muestra que admite esa relación entre salario y calidad periodística, es inferior a la mitad de la población. Además, la unidad investigativa pudo observar que muchos encuestados estaban temerosos de responder y trataban de hacerlo muy discretamente. Así, algunos disfrazaban su respuesta; esto se puede corroborar en la población que adujo que rara vez le ha afectado el salario. Es evidente que a pesar del inconformismo existe temor para hablar de este tema, lo que lo convierte en un índice incluyente y un aspecto que, sin duda alguna, incide en la práctica periodística.

Ante la situación planteada, se puede afirmar que existe una relación entre crisis económico-familiar y la precaria remuneración salarial. Al cruzar la variable “precaria remuneración salarial” con “nivel educativo”, se pudo establecer que a mayor nivel de formación alcanzado mayor es la inconformidad con la remuneración recibida. Aunque en la actualidad es muy común encontrar periodistas empíricos y técnicos, éstos mostraron menor inconformidad con su salario que los periodistas que poseen un nivel de maestría o especialización, los cuales mostraron una evidente insatisfacción con la remuneración salarial.

7.5.5 Incidencia de la sobreoferta de la mano de obra y miedo a perder el empleo.

Grafica 13: Sobreoferta de la mano de obra



Fuente: Autoras.

Grafica 14: Miedo a perder el empleo



Fuente: Autoras.

La **Grafica Nº 11**, revela que un 24% de la población siente que ciertamente su calidad periodística se ve impactada negativamente por la sobreoferta de mano de obra, mientras que en el 34% admite que al menos una vez, su actividad se ha visto afectada y responde “rara vez”. El 42% restante rechaza la posibilidad de que su actividad periodística se vea afectada.

Hecha la observación anterior, es resaltable que en la **Grafica N° 12** el 39% de la población asevera que su rendimiento, en lo referente a calidad periodística, se ve afectado por el miedo a perder el empleo. Esto es ratificado por un segundo grupo (31%) que respondió que rara vez esto les ha afectado, lo que indica que el primer porcentaje podría ser más alto. Finalmente un 30% de la población afirma que su calidad periodística nunca se ha visto afectada por el miedo a perder el empleo

La proporción de periodistas que afirman verse afectados por la sobreoferta de mano de obra, es de casi la mitad; mientras, el miedo a perder el empleo afecta a una población considerablemente mayor. Es muy común encontrar periodistas que se encuentran temerosos de ser despedidos; un miedo lógico si se considera que cada vez es mayor el numero de periodistas que salen de la universidad, todos ellos con ideas nuevas y que además, por obtener experiencia en su hoja de vida, están dispuestos a trabajar hasta por un sueldo mínimo.

Si bien el porcentaje de la mano de obra no incide en la calidad de su trabajo en un porcentaje alto, es considerable que más de un cuarto de la población piense que este es un factor que puede afectar su desempeño laboral, sobre todo considerando el devaluó del que ha sido víctima la mano de obra periodística.

Al cruzar la variable “miedo a perder el empleo” con “modalidad de contratación”, es evidente que quienes sienten mayor miedo a quedar desempleados son los periodistas que no tienen un contrato definido con la empresa, que les garantice

por lo menos la permanencia por un año. Quienes están vinculados por prestación de servicio evidencian una mayor incertidumbre.

Al cruzar la variable “miedo a perder el empleo” con “edad”, no se obtuvo un resultado contundente con el que se pueda afirmar que quienes son más jóvenes o más adultos, tienen mayor miedo a quedar sin empleo. Esto es debido a que quienes son jóvenes son conscientes de que su preparación académica les da una ventaja frente a quienes no tienen el nivel de formación; sin embargo quienes no tienen formación académica poseen años de experiencia, lo que se convierte en un elemento invaluable para el trabajador y la compañía misma.

7.6 SATISFACCIÓN CON ENTORNO LABORAL.

7.6.1 Libertad informativa y de asociación con los diferentes medios de difusión

Gráfica 1: Satisfacción de la libertad informativa.



Fuente: Autoras

Gráfica 2: Libertad de asociarse con agencias, fundaciones o redes.



Fuente: Autoras

Mediante **la grafica 1**, se puede constatar que en lo concerniente a la satisfacción con la libertad de elegir un método propio de trabajo, la población encuestada en la ciudad de Santa Marta se encuentra considerablemente satisfecha (61%). Un 15% de la población contestó “ni satisfecho ni insatisfecho”, es decir que no se muestra muy abierto a establecer un grado de satisfacción positivo o negativo respecto a la libertad informativa en el medio donde trabaja; otro 10% aduce que se siente moderadamente insatisfecho con la autonomía en la escogencia de la información en su trabajo. El último 14% se encuentra definitivamente inconforme con la libertad para producir información.

En cuanto a **la grafica N°2**, al hablar de la libertad de asociación con agencias, fundaciones o redes, los encuestados se mostraron “satisfechos” y “muy satisfechos” (40%), mientras que el 12% de los encuestados respondió “ni satisfecho ni insatisfecho”. El 18% siguiente muestra una moderada insatisfacción

respecto a la libertad que les ofrece la entidad donde laboran de asociación, y el último 30% se encuentra en un nivel de insatisfacción considerable.

Hablar de libertad informativa en ciudades que han sido víctimas por años del conflicto armado interno que desde hace décadas vive el país resulta difícil, y si a esto se le suma la situación política, plagada de corrupción, el panorama sería aún peor. Sin embargo, según los resultados anteriores, más de la mitad de la población encuestada se considera satisfecho frente a su libertad para producir información sin acoso de ninguna índole. De lo anterior, la unidad investigativa puede proponer dos posibles casos. El primero es que la situación ha mejorado a tal punto, que las garantías para los periodistas se encuentran en muy buenos niveles, es decir que ya no existe presión ni de parte de los actores armados, ni de los grupos políticos al mando de los destinos públicos de las ciudades. El segundo caso es que el miedo todavía persiste en la población, y que no son capaces de reconocer los problemas por temor a sufrir retaliaciones en su contra; que todavía no cuentan con todas las garantías suficientes para ejercer una labor libre de presiones o intimidaciones por parte de algún grupo. Esta situación requiere de todo el control y revisión por parte de las entidades correspondientes, porque no se debe olvidar que el periodista tiene la voz para llegar a las audiencias que se ven influenciadas por sus mensajes, que llegan a ellos de forma masiva y que persuaden en su gran mayoría sus formas de pensar; la responsabilidad del periodismo trasciende más allá de la noticia, es una responsabilidad con la sociedad.

En cuanto a la libertad que tienen los periodistas para asociarse con otras agencias informativas, el resultado es contundente, más de la mitad de la población afirma que se encuentran insatisfechos, en mayor o menor medida, porque no tienen libertad para asociarse con otras agencias de información. Esta situación es muy común en la gran mayoría de medios puesto que a sus empleados les hacen firmar cláusulas de permanencia y fidelidad que les obliga a abstenerse de hacer cualquier sociedad o ingreso a una red de medios, sin importar cuanto sea su salario mensual. Si lo que devengan alcanza o no para suplir sus necesidades básicas, no importa; ellos son talento humano exclusivo de la empresa en la que se encuentran laborando. Dicha situación no es del agrado de los periodistas, quienes hacen parte de un gremio que si bien es competitivo, goza de gran hermandad y colaboración entre ellos mismos; muchas veces esta colaboración se hace por debajo de cuerda como se dice popularmente, esto evidencia la unión que tienen entre ellos mismos más allá de las rivalidades propias del día a día. El porcentaje restante, que manifiesta sí sentirse satisfecho, es un sector privilegiado dentro de los periodistas. Es importante aclarar y recordar que no todos los periodistas están vinculados con contratos a termino fijo, sino que muchos trabajan por prestación de servicios o destajo, lo que les da una clara ventaja frente al resto que sí están sujetos a las políticas de las compañías. Estos periodistas a los que hacemos referencias compran sus espacios o son contratados para cosas muy específicas, y no se les exige ser fieles a la compañía, lo que les permite, sin presión alguna, realizar otro trabajo en cualquier

otro medio, o unirse a redes o agencias de información sin el menos riesgo de perder su empleo.

7.6.2 Estado de la relación con los compañeros, jefes y superiores

Gráfica 3: Relación con los compañeros de trabajo



Fuente: Autoras

Gráfico 4: Relación con jefes y superiores



Fuente: Autoras

En **la grafica N°3** se puede observar que el 84% de los periodistas encuestados se sienten satisfechos con la relación que tienen con sus compañeros de trabajo en el medio donde laboran, Mientras que otro 3% dice no sentirse ni satisfecho ni

insatisfecho. Y un 5% se siente insatisfecho con la relación con sus compañeros de trabajo.

Con relación a lo anterior, en **la grafica N° 14** se puede observar que en lo que respecta a la relación con los jefes y superiores, el 72% de los periodistas se siente evidentemente satisfecho con la cordial relación que mantienen con ellos. Un 12% muestra una postura indiferente ante la relación con sus jefes y superiores, y contesta “ni satisfecho ni insatisfecho”; mientras, una minoría representada por un 1% de la población, siente una moderada insatisfacción. Por ultimo, el 15% restante de la población, admite sentirse considerablemente insatisfecho respecto a la relación que sostiene con sus jefes y superiores.

De acuerdo con las graficas anteriores se evidencia una satisfacción en cuanto a las relaciones con jefes/ superiores y con sus compañeros de trabajo, el porcentaje que dice sentirse completamente satisfecho con la relación que tiene con sus compañeros de trabajo supera en gran medida casi la tercera parte de la población encuestada. Esto es prueba del buen momento a nivel interno que vive la compañía porque como es de común conocimiento, las relaciones entre los empleados son uno de los medidores de clima laboral y comunicación efectiva.

Sin embargo se manifiesta un mínimo porcentaje que no se encuentra a gusto en su relación con sus compañeros. Realizando un análisis más profundo la unidad se dio cuenta de que tanto hombres como mujeres presentaban los mismos resultados, obviamente en proporciones distintas debido a que los hombres son mayoría en la población. Un aspecto que sí resulto determinante fue la edad,

quienes son más jóvenes mostraron mayor tendencia a calificar de peor forma la relación con sus jefes y compañeros; mientras, los adultos dieron respuestas positivas frente a la relación con ambos. Se presentaron pocos casos que rompieran con la constante presentada.

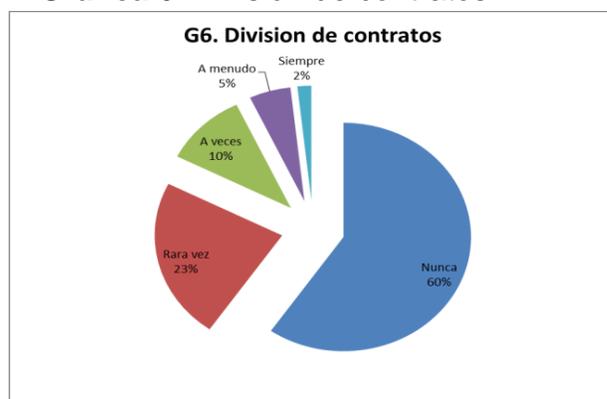
7.6.3 Relaciones con directivos y división de contratos

Gráfica 5. Relación con los directivos de la empresa



Fuente: Autoras

Gráfica 6. División de contratos



Fuente: Autoras

En lo concerniente a **la Gráfica N°5**, los niveles de medición de la satisfacción en cuanto a la relación que tienen con los directivos de la empresa, el 64% de la

población se siente satisfecha, el 15% de los periodistas dice no sentirse ni satisfechos ni insatisfechos, el 9% de los encuestados siente un nivel de insatisfacción moderado. Y finalmente, el 12% de los periodistas dice tener una relación no muy cordial relación con los directivos del medio en que laboran.

En cuanto a la satisfacción frente a lo que devenga en el medio donde labora en **la Grafica N°6**, se puede constatar que un 47% de los periodistas efectivamente se encuentran satisfechos con su salario. Un 10% no se siente ni satisfecho ni insatisfecho, un 14% se encuentra moderadamente insatisfecho y el 29% restante muestra un evidente nivel de insatisfacción.

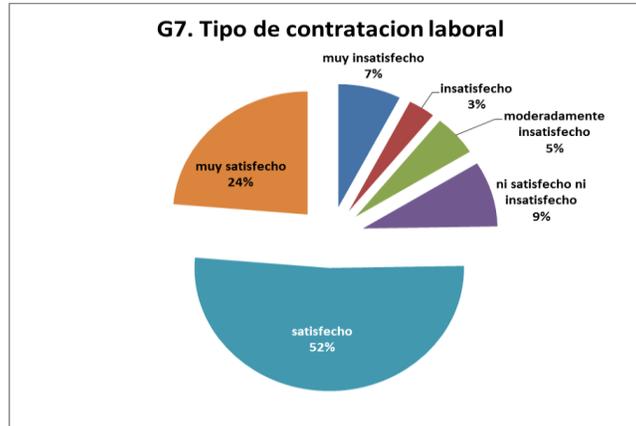
Con referencia a lo anterior se observa que en su gran mayoría los periodistas están satisfechos con la relación que tienen con los directivos de la compañía. Esto indica que existe una buena relación entre jefes y subordinados al sentirse a gusto con la comunicación y trato que reciben. En efecto, en muchas de las empresas de medios visitadas por la unidad investigativa se percibió un clima laboral agradable, libre de presiones por parte de los superiores. A pesar de este resultado, es conveniente resaltar que en varios de los medios visitados, los directivos se encontraban presentes durante algunos momentos de la encuesta, lo que, considera la unidad investigativa, ejerce una presión sobre los encuestados y les impide ser completamente sinceros frente a las preguntas hechas por el ente investigador. Hecha la anterior consideración, es pertinente mencionar que en una de las visitas realizadas a una emisora, el director del medio no dejó en ningún momento que los locutores respondieran de manera privada y tranquila el documento, lo que a juicio de la unidad investigativa vició por completo la

respuesta de los empleados de ese medio, quienes se vieron obligados a responder positivamente a las preguntas que evaluaban el manejo y proyección de la empresa, la relación con los jefes-superiores, y todo aquello que hiciera una evaluación de la empresa de medios.

Por otra parte, en lo correspondiente al grado de satisfacción que tienen los periodistas con el salario devengado, se encontró que aquellos que están satisfechos con su salario no componen ni siquiera la mitad de la muestra. De acuerdo a este resultado es obvio que los salarios pagados a los periodistas no son suficientes para compensar todo el esfuerzo que implica una profesión como esta. Los salarios ofrecidos por los medios resultan irrisorias al compararse con el obtenido por un obrero de mediana categoría en una buena empresa. Es conveniente mencionar que ese porcentaje que se encuentra satisfecho es probable que goce de ventajas frente a otros de sus colegas; por ejemplo podrían tener derecho a un espacio de pauta publicitaria dentro la parrilla de programación, lo que indudablemente aumenta sus ingresos mensuales y los deja muy por encima del promedio del resto de periodistas, que no tienen estas prebendas, o también en este grupo podrían estar quienes, como ya se menciona anteriormente, son dueños de su espacio en el medio, permitiéndoles tener mejores y mayores ingresos.

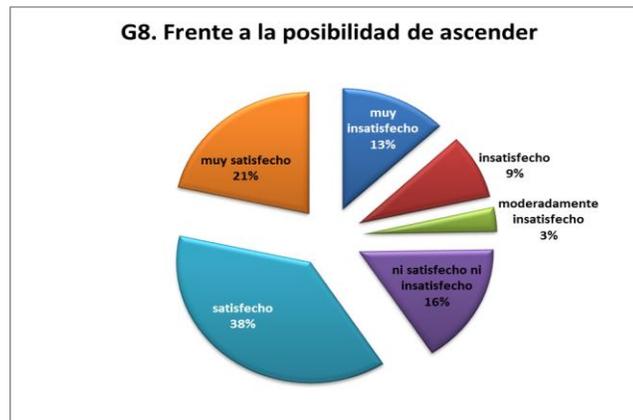
7.6.4 Modalidad de contratación y posibilidades de ascenso

Grafica 7: Modalidad de contratación



Fuente: Autoras

Grafica 8: Posibilidades de ascender



Fuente: Autoras

En cuanto a la satisfacción con la modalidad de contratación laboral de los periodistas de la ciudad de Santa Marta, es evidente en **la grafica N° 7**, que el 76% de los encuestados está satisfecho con su tipo de contratación, un 9% que no demuestra sentirse ni satisfecho ni insatisfecho; un 5% que aduce sentirse moderadamente insatisfecho con su modalidad de contratación, y un ultimo 10%

que siente cierta insatisfacción en cuanto al tipo de contrato con el que cuenta en el medio en que labora.

En lo referente a visualizar una posibilidad de ascenso en el medio en que labora, en **la grafica N°8** se constata que un 51% de los comunicadores se siente satisfechos o muy satisfecho; un 16% admite que no se siente ni satisfecho ni insatisfecho, un 3% se encuentra en un moderado nivel de insatisfacción, y el 22% de los encuestados admite sentirse insatisfecho por las bajas posibilidades de contar con un ascenso en la entidad mediática donde se encuentra laborando.

Los tipos de contratación que los medios de comunicación en su gran mayoría ofrecen no brindan completas garantías a los periodistas. Sin embargo, un gran número de los encuestados dice sentirse satisfecho con el tipo de contratación que tienen. Es responsabilidad de la unidad investigativa anotar que si bien un gran número de periodistas cuenta con contratos a termino fijo y ellos obviamente se sienten satisfechos, el resto de la población que completa el porcentaje de satisfacción son aquellos que trabajan por prestación de servicios y destajo, y que tienen acceso a porcentajes representativos de la pauta publicitaria que se incluye en la parrilla de programación de sus espacios. El hecho de que un periodista reciba dineros de la pauta o se le permita tener derecho a un porcentaje de la pauta hace que se sienta completamente a gusto con la relación que tiene con la empresa de medios y con el tipo de contratación que ella le ofrece.

El periodismo ha pasado de ser una profesión de responsabilidad con la sociedad, para ser asumida por las empresas de medios como una labor cínicamente

comercial, y quienes terminan ejerciendo tan deprimente postura son los periodistas quienes se ven obligados a acoger esas políticas y aceptar las formas de vinculación laboral que la compañía les ofrezca.

En lo que corresponde a la satisfacción que los periodistas tienen con la oportunidad de ascender dentro de la misma compañía, tan sólo un poco más de la mitad de la población dice sentirse satisfecha, lo que evidencia que algunas de las empresas mediáticas no promueven a sus empleados hacia el crecimiento profesional, y los mantienen por largos periodos en el mismo cargo sin brindarles oportunidad de ascender o alguna oportunidad para crecer en su perfil profesional. Las graficas anteriores ponen en evidencia la compleja situación de los periodistas, quienes se ven sometidos a permanecer en las compañías sin ni siquiera ser motivados por mejores oportunidades laborales dentro de la organización, que debería tener dentro de sus políticas internas, estrategias que lleven a mejorar la formación del personal o que dentro de la misma compañía se les de la oportunidad de crecer. ;y seguramente el desarrollo de estas estrategias traeria consigo un mejor desempeño laboral de los periodistas y un mejor funcionamiento de la organización.

7.6.5 Satisfacción con la remuneración salarial.

Grafica 9: Satisfacción salarial.



Fuente: Autoras

De acuerdo a lo representado en la **Grafica N° 9**, en cuanto a la satisfacción respecto al salario, se puede concluir que un 47% de los comunicadores, se encuentran positivamente satisfechos con la remuneración salarial. Un 10% de los encuestados indiferentemente contestó que no se sentían ni satisfechos ni insatisfechos; el 14% admitió tener un moderado nivel de insatisfacción, siendo esto complementado por el 29% restante, quienes claramente aseguran sentirse insatisfechos en lo que respecta al salario devengado en el medio donde laboran.

Los periodistas de Santa Marta y Sincelejo evidentemente dejan al descubierto la insatisfacción que sienten con el salario que devengan. El porcentaje que asegura sentirse satisfecho es menos de la mitad de la población, esto evidencia la realidad con la que conviven el resto de periodistas, que son víctimas de malos

pagos por su trabajo. Cabe resaltar que la gran mayoría de periodistas que mencionan sentirse satisfechos pertenecen a cadenas radiales, son estos los que gozan de mayores prebendas y mejores salarios, por encima del resto de periodistas de otros medios. El grupo de satisfechos también está conformado por los dueños de los medios, quienes hacen parte del grupo capitalista de esta encuesta.

Para la unidad investigativa en el trabajo de campo fue muy fácil constatar que los salarios recibidos por los periodistas son muy bajos. Para algunos de ellos, su salario raya en lo insultante, particularmente por el fruto de una profesión que demanda tantos esfuerzos. Pero como se ha mencionado en anteriores ocasiones en esta investigación, el periodismo es una profesión de vocación y amor por el arte desempeñado, y no una profesión para enriquecerse, porque si un comunicador esta aspirando a hacer una fortuna, con su trabajo en los medios le será difícil conseguirla, a menos que logre convertirse en un director o dueño de medios.

8. CONCLUSIONES.

Sin duda alguna, el contexto laboral no sólo está influenciado por aspectos internos asociados con las condiciones laborales. El entorno familiar incide en mayor o menor medida en el desempeño profesional. Esta investigación evidencia que el entorno familiar de los periodistas es favorable a la profesión, pues los encuestados afirman que sus familiares la perciben positivamente. Sin embargo, se encontraron casos de periodistas que sufren problemas maritales como producto de la gran cantidad de tiempo que les exige su labor, lo que les ha llevado a descuidar a su familia; también se descubrieron casos en los que la manera en que los periodistas manejan sus relaciones con las audiencias ha generado desacuerdos entre éstos y sus parejas. Aún así, la variable entorno familiar no parece ser un factor que afecte de manera significativa el desempeño de los periodistas, ni de positivamente ni negativamente.

Los resultados de la investigación sugieren que, en lo que concierne a los casos analizados, la satisfacción con la vida y la profesión, no está determinada por la posesión de cosas materiales. Porque muchos de los encuestados, sin estar completamente a gusto con las condiciones de vida que poseen, se sienten satisfechos con la misma y con las cosas que a lo largo de ella han construido. Algo similar ocurre con la satisfacción a nivel profesional, ésta no parece estar determinada por las condiciones físicas, ni por la remuneración salarial, ni los honorarios recibidos. En efecto, la satisfacción parece deberse sobre todo a la relación que desarrollan los periodistas con sus audiencias, al reconocimiento que obtienen y a la posibilidad de desarrollar sus capacidades dentro de la

organización. Los anteriores parecen ser los aspectos claves para la satisfacción de un periodista sin importar el tipo de medio en que labore.

La evaluación con respecto a la independencia periodística y la incidencia en la calidad de su labor, determinó que en lo referente a los lineamientos de la organización, el panorama no es favorable para el ejercicio periodístico sin presiones, restricciones o imposiciones por parte del medio. Esto permite concluir que los intereses particulares de la organización afectan el trabajo y la calidad periodística de los comunicadores. En algunos casos, a pesar de no estar de acuerdo, los periodistas terminan aceptando y conformándose con los parámetros y las censuras impuestas por los medios y directivos. Esto ocurre a pesar de que lo justo sería que les fuera respetada su independencia periodística, que se les permitiera actuar de manera acorde con la ética del periodismo. Se mencionan a los directivos porque los periodistas sienten que la presión ejercida por éstos afecta en gran medida la calidad de su trabajo, a raíz de las distintas exigencias realizadas por la gerencia o, en el peor de los casos, por los directores ejecutivos.

Sincelejo y Santa Marta, han vivido episodios de violencia que han marcado su historia. Ambas ciudades han sido afectadas profundamente por el conflicto armado, esto se ve reflejado en la presión que reciben los medios y los periodistas por parte de los grupos paramilitares. Cabe aclarar que casi ningún periodista se atrevió a reconocer dentro de la encuesta que hubiera recibido presión por parte de este grupo armado, sin embargo en conversaciones sostenidas con los entrevistados, revelaron que el miedo y la incertidumbre aún existen, y que estos grupos no han dejado de ejercer presión sobre distintos sectores de la sociedad.

Así mismo, la política juega un papel fundamental en el diario vivir del periodismo. No sólo por ser una fuente permanente de información y generadora de debates, sino también porque no es raro que las posturas de los periodistas, que en el ejercicio normal de su labor hacen fuertes cuestionamientos a la administración pública de estas ciudades, produzca molestia en algunos grupos o personajes políticos que respondan a estos cuestionamientos ejerciendo presión sobre el medio o el comunicador. Es importante resaltar que ésta no es una actividad fuera de lo normal para un periodista, ya que los medios noticiosos tienen la responsabilidad con su audiencia de fungir como garantes y veedores del buen manejo político y social.

Los medios han asumido, siempre, la función de ilustrar a la comunidad sobre política, y se han convertido en la cara visible de los ciudadanos que reclaman gestión por parte de los dirigentes. Por este importante papel que cumplen, al periodismo se le conoce como “el cuarto poder”, pero también los periodistas suelen convertirse en el foco de amenazas y campañas de desprestigio por parte de personajes o grupos que ven afectados sus intereses por la labor informativa que los periodistas y medios realizan.

En cuanto a la satisfacción con las condiciones de vida que han alcanzado, más de la mitad de los periodistas encuestados no está totalmente a gusto con las condiciones en que vive. Sin embargo, entre los mismos encuestados se presentan altos índices de satisfacción con la vida y la profesión. Esta ambivalencia refuerza la idea de que lo económico no determina el grado de satisfacción que siente un periodista con su profesión.

La satisfacción laboral de los periodistas o comunicadores sociales en Sincelejo y Santa Marta, está asociada al reconocimiento por parte de las audiencias, a la oportunidad de brindar información de primera mano y a la posibilidad de trabajar en un entorno agradable y bajo unas condiciones aceptables. Sin embargo, esto no está relacionado con el nivel salarial, ya que éste pasa a un segundo plano frente a la pasión por el oficio.

En este caso cabe resaltar que quienes devengan mejores salarios de toda la población encuestada, son los periodistas pertenecientes a la radio. En este medio no sólo obtienen una mejor remuneración, sino que encuentran mejores prebendas y beneficios para los periodistas, a los que éstos les aumentan el sueldo de manera considerable.

La calidad de vida, que debería estar determinada por los recursos económicos, está más influenciada por valores asociados a la familia y el entorno en el que conviven. Para la gran mayoría, la calidad de vida depende de aspectos como lo que los hace sentir satisfechos con la vida que llevan hasta hoy, las cosas que han conseguido, y los sueños que han cumplido.

Dos factores que tienen alta incidencia en los niveles de satisfacción son: el horario laboral y las oportunidades de ascenso que se tienen. El primero es una de las grandes preocupaciones para los encuestados, ya que les deja poco tiempo para el resto de asuntos de la vida cotidiana, y esto les produce

insatisfacción. Adicionalmente, los resultados revelan que, la periodística, es una labor que consume mucho tiempo y que implica dejar de realizar otras actividades y pasatiempos.

Por último, las posibilidades de ascender se convierten en una motivación. Por esto cuando los periodistas están vinculados a empresas donde las oportunidades son pocas, la gran mayoría de ellos no se sienten muy motivados para realizar bien su labor.

A manera de síntesis. Entre los elementos que generan mayor satisfacción laboral están: primero, la percepción que tenga la familia de la profesión y el apoyo que ésta le dé para continuar ejerciéndola. Segundo, el reconocimiento, por parte de la audiencia y los colegas, a la labor realizada. Tercero, un ambiente de trabajo agradable, en el que haya buenas relaciones con los compañeros. Y cuarto, poseer la libertad para desarrollar su propio estilo de trabajo. Todos estos elementos constituyen piezas claves para generar satisfacción laboral en los periodistas.

Entre los aspectos más relevantes que generan insatisfacción laboral se encuentran: primero, sufrir cualquier tipo de restricción a la libertad informativa. Segundo, la existencia de presión u acoso por parte de los jefes o superiores. Tercero, la inestabilidad contractual o la inexistencia de contratos. Cuarto, la no preocupación por parte de la empresa por afiliar a sus trabajadores a la seguridad social. Y quinto, las extensas jornadas laborales y los horarios arbitrarios.

Dentro de las condiciones laborales, los periodistas se mostraron satisfechos con los procesos periodísticos en general. Los aspectos positivos mejor evaluados fueron: la responsabilidad social empresarial de la empresa de medios, y su compromiso con la independencia y la imparcialidad. Mientras que los más criticados fueron el compromiso de la empresa con la ética periodística y la veracidad informativa de los medios.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRESEN, M., DOMSCH, M. Y CASCORBI, A. (2007). "Working unusual hours and its relationship to job. En F. a. Gonzales Santa Cruz, *Satisfacción personal y laboral como factor critico para la calidad* (Vol. 20, págs. 1048-1049). Córdoba-España.

ARROYAVE, J. & BLANCO, I. (2005). "Como perciben los periodistas su profesión: Entre el agotamiento y la fascinación". Investigación y desarrollo, Vol. 13, N° 2, 364-389.

BARRAZA, ORTEGA, & (2009:1). (2011). "Satisfacción laboral en instituciones formadoras de docentes. En F. González Santa Cruz, & S. Sánchez, *Satisfacción personal y laboral como factor critico para la calidad* (Vol. 20, págs. 1048-1049). Cordoba, España.

BUONOCUORE, F. (2011). "Contingent work in the hospitality industry: A mediating model of. En F. González Santa Cruz, & S. Sánchez, *Satisfacción personal y laboral como factor critico para la calidad* (Vol. 20). Córdoba, España.

CARO, Francisco., & JIMÉNEZ, Gloria (2006): "Periodistas: el acceso al mercado laboral". Ámbitos, no15, pp. 313-324.

DAVIS, K., NEWSTROM, J., & (2002). (2009). Comportamiento humano en el trabajo. En M. M. Chian Vega, & K. A. Krause Martínez, *Estudio empírico de calidad de vida*. Comcepcion, Chile.

FERNÁNDEZ, AREAL., ET AL. (2002). "Radiografía de la profesión periodística en Salamanca. Asociación de la prensa en Valladolid". En: <http://www.periodistasvalladolid.org/html/hoja/noticias/salamanca.htm> [Fecha de consulta: Abril 15 de 2011]

HEADEY, B., & WEARING, A. (2004). Subjective well-being: a stocks and flows framework. En M. B. García Mora, 13. *EFFECTOR DE LA EDUCACION SOBRE LOS DETERMINANTES DE LA SATISFACCION LABORAL EN ESPAÑA. UN ANALISIS DE LOS ENEFICIOS MONETARIOS Y NO MONETARIOS EN EL MERCADO DE TRABAJO MEDIANTE MODELOS DE LOGIT ORDENADOS*. Valencia: Servei publications.

IVANCEVICH, J. M., DONNELLY, J., & (1968). (2011). "Job satisfaction research: a manageable guide for ". En F. González de la Cruz, & S. Sánchez, *Satisfacción personal y laboral como factor crítico de calidad* (Vol. 20, págs. 1048-1049). Córdoba, España.

KONOW, J., & EARLEY, J. (2004). The hedonistic paradox: is homo economicus happier. En M. B. García Mora, 15. *EFFECTOR DE LA EDUCACION SOBRE LOS DETERMINANTES DE LA SATISFACCION LABORAL EN ESPAÑA. UN ANALISIS DE LOS ENEFICIOS MONETARIOS Y NO MONETARIOS EN EL MERCADO DE TRABAJO MEDIANTE MODELOS DE LOGIT ORDENADOS*. Valencia: Servei publicatios.

LEE, CHAN, & (2008). (2011). "Relations between team work and innovation in organizations and the. En F. González santa cruz, & S. Sánchez, *Satisfacción*

personal y laboral como factor critico de la calidad (Vol. 20, págs. 1048-1049).
Cordoba-España.

LEE, H. &. (2011). An empirical analysis of organizational commitment among.
En F. González Santa Cruz, & S. e. Sánchez., *Satisfacción laboral como factor critico para la calidad* (Vol. 20, págs. 1048 - 1049). Cordoba - España.

LOCKE, E. (2009). The nature and causes of job satisfaction. En M. M. Chian Vega, & K. A. Krause Martínez, *Estudio empírico de calidad de vida laboral*. Concepcion, Bio Bio, Chile: In M.D. Dunnette.

LOCKE, E. (2009). The nature and causes of job satisfaction. En M. M. Chian Vega, *Estudio empírico de calidad de vida laboral*. Concepcion, Bio Bio, Chile: In M.D. Dunnette.

MARTINEZ HERNANDEZ, M. E. (1998). Actitud del personal administrativo de la secretaria de salud ante la satisfacción laboral. En M. E. Martínez Hernández, *Actitud del personal administrativo de la secretaria de salud ante la satisfacción laboral*. Iztapalapa.

MANRIQUE, Alejandro., & CARDONA, Iván (2003): Situación laboral de los periodistas en Colombia. Informe de la investigación. Bogotá, Cátedra Konrad Adenauer de Comunicación y Democracia, p.77.

Mincer, J., Schultz, T., & al., e. (2004). investement in human capital and personal income distribution. En M. B. García Mora, *Efactor de la educación sobre los determinantes de la satisfacción laboral en España. Un Análisis de*

los beneficios monetarios y no monetarios en el mercado de trabajo mediante modelos de logit ordenados (servei comunicaciones ed.). Valencia.

Munchinsky, P. M. (2011). "Psychology applied to work: an introduction to industrial and. En F. González Santa Cruz, & S. Sánchez, *Satisfacción personal y laboral como factor critico para la calidad* (Vol. 20, pág. 1050). Córdoba, España.

ORTEGA, Felix (2000): Una profesión Voraz. En GARCIA, Marisa., & GARCIA, María Antonia: *Profesionales del periodismo: hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp.70.

Oswald, A. (2004). Technical introduction to the economics of happiness. En M. B. García Mora, 14. *EFECTOR DE LA EDUCACION SOBRE LOS DETERMINANTES DE LA SATISFACCION LABORAL EN ESPAÑA. UN ANALISIS DE LOS ENEFICIOS MONETARIOS Y NO MONETARIOS EN EL MERCADO DE TRABAJO MEDIANTE MODELOS DE LOGIT ORDENADOS*. Valencia.

Weisbrod, B. A. (2004). External benefits of public education: An economic analysis. En M. B. García Mora, *Efactor de la educación sobre los determinantes de la satisfacción laboral en España. Un Análisis de los beneficios monetarios y no monetarios en el mercado de trabajo mediante modelos de logit ordenados*. Valencia: Servei de publications.

Wright, Bonett, & (2007:143). (2011). "Job satisfaction and psychological well-being as nonadditive". En F. Gonzales Santa Cruz, & S. e. al., *satisfacción como factor crítico para la calidad* (Vol. 20, págs. 1047 - 1048). Córdoba - España.

Yang, J.-T. (2011). "Antecedents and consequences of job satisfaction in the hotel industry". En F. González Santa Cruz, & S. Sánchez, *Satisfacción personal y laboral como factor crítico para la calidad* (Vol. 20, pág. 1051). Córdoba, España.

Barbasch, J., & Barrett, G. (2002). "Job satisfaction attitudes surveys", Organization for Economic Cooperation. En R. A. Rodríguez, *Características socio demográficas y laborales de los periodistas Españoles e Índice de satisfacción profesional* (Especial ed., Vol. Especial, págs. 487-504).

Barret, G., Weaver, D., & Wihot, C. (1996). *Job satisfaction among newspaper women*.

Santos, F. (. (2002). Periodistas, Madrid: Temas de Hoy, p. 90. En R. A. Rodríguez, *Características socio demográficas y laborales de los periodistas Españoles e Índice de satisfacción profesional* (Vol. Especial, págs. 487-504).

ANEXOS.

ENCUESTA SOBRE SATISFACCION LABORAL Y PRÁCTICA PERIODISTICA

El propósito de este instrumento es medir las condiciones laborales y satisfacción laboral de los periodistas del Caribe colombiano y cómo incide dicho nivel en el desarrollo de la práctica periodística. Marque con una X la opción que lo identifique.

Los datos tendrán solo utilidad académica y se compartirán sin mencionar nombre o procedencia institucional.

1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

1.1 Nombre de la empresa de medios donde labora: _____ 1.2
Ciudad donde labora: _____

1.3 Tipo de empresa informativa donde labora: a. Radio () b. Televisión ()
c. Prensa ()

1.4 Edad: a. Entre 20-26 () b. Entre 27-33 () c. Entre 34- 40 () d. Entre 41-
47 () e. Entre 48-54 () f. Más de 54 ()

1.5 Sexo: a. Masculino () b. Femenino ()

1.6 Estado Civil:
a. Soltero () b. Casado () c. Unión Libre () d. Separado () e. Viudo ()

1.7 Nivel Educativo Máximo alcanzado:
a. Primaria () b. Bachillerato () c. Técnico () d. Profesional ()
e. Especialización () f. Maestría () g. Doctorado ()

1.8 ¿Nivel de formación que tiene en Periodismo?
a. Empírico () b. Técnico () c. Tecnólogo () d. Universitario ()

2. INFORMACIÓN PERSONAL Y FAMILIAR

Responda en cada afirmación: 1. Totalmente en desacuerdo; 2. En
desacuerdo; 3. Ni de acuerdo ni desacuerdo ; 4. De acuerdo; 5.
Totalmente de acuerdo

Preguntas	1	2	3	4	5
a. El oficio de periodista me suele ocasionar problemas en la familia					
b. Mi familia percibe positivamente la profesión de periodista					
c. Desearía que alguno de mis hijos o familiares estudie para ser periodista					
d. Las condiciones de mi vida son excelentes					
e. Estoy satisfecho con mi vida					
f. Si tuviera la opción de volver a elegir la profesión, siempre elegiría ser periodista					

3. INFORMACIÓN LABORAL Y SOCIOECONÓMICA

3.1 De que cosas ha sido víctima ejerciendo su labor? Califique así:

1. Nunca 2. Rara vez; 3. A veces; 4. A menudo; 5. Siempre

3.2 Personas/actores que lo han agredido en su labor de periodista.

Preguntas	1	2	3	4	5
b) Fuerza pública					
d) Paramilitares					

3.3 ¿Cuánto tiempo tiene laborando en esta empresa?

a. Menos de 1 año () b. 1 a 3 años () c. 4 a 6 años () d. 7 a 9 años () e. 10 a 12 años () f. Más de 12 años ()

3.4 ¿Qué modalidad de contrato tiene? a. Indefinido () b. Definido por 6 meses () c. Definido por 1 año () d. Por Prestación de servicio () e. Destajo/Labor realizada () f. Otra modalidad

3.5 ¿Qué tipo de seguridad social dispone?

a. Salud y Pensión () b. Sólo Salud () c. Salud, pensión y riesgos profesionales ARP () d. Ninguna ()

3.6 La seguridad social que dispone es pagada por: a. La empresa () b. La pago como independiente () c. Soy beneficiario () d. Es cubierta por mi pensión () e. No dispongo ()

3.7 ¿Cuántos ingresos mensuales devenga de su oficio periodístico?

***El Salario Mínimo Legal Vigente equivale a \$566.700**

a. Menos de un salario mínimo mensual	d. Entre 3 y 4 salarios mín.	g. Entre 6 y 7 salarios mín.
b. Entre 1 y 2 salarios mínimos	e. Entre 4 y 5 salarios mín.	h. Entre 7 y 8 salarios mín.
c. Entre 2 y 3 Salarios Mínimos	f. Entre 5 y 6 salarios mín.	i. Más de 8 salarios mín.

3.8 ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?

a. Ninguna () b. Entre 1 y 2 () c. Entre 3 y 4 () d. Entre 5 y 6 () e. Entre 7 y 8 () f. Más de 8 personas ()

3.9 ¿En la actualidad está trabajando paralelamente en otra empresa de medios? a. Si () b. No ()

3.11. ALCANCE DE LOS INGRESOS

Responda las preguntas del cuadro a partir de usted y del grupo familiar que depende de sus ingresos:

Califique así: 1. Nunca 2. Rara vez 3. A veces 4. A menudo 5. Siempre

Preguntas sobre alcance de los ingresos	1	2	3	4	5
a. ¿Los ingresos que recibe permiten seguir capacitándose profesionalmente?					

4. SATISFACCIÓN LABORAL

Responda cada pregunta: 1. Muy Insatisfecho 2. Insatisfecho
3. Moderadamente insatisfecho 4. Ni satisfecho Ni insatisfecho 5. Satisfecho
6. Muy satisfecho

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6
b) ¿Frente a la libertad para elegir su propio método de trabajo?						
c) ¿Con la relación con sus compañeros de trabajo?						
e) ¿Con el trato que recibe desde la relación que tiene con su jefe superior?						
g) ¿Frente a lo que devenga con su salario?						
i) ¿Frente a la relación que tiene con los directivos de esta empresa?						
p) ¿Frente a la posibilidad de ascender en su trabajo?						
q) ¿Frente a la libertad que tiene de asociarse con agencias, fundaciones o redes...?						

5. PROCESOS PERIODISTICOS DESDE EL ENTORNO LABORAL

5.1 Evalúe a nivel general como está la empresa informativa donde usted labora.

Califique así: 1 (Pésimo); 2 (Malo); 3 (Normal); 4 (Bueno); 5 (Excelente).

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
a) Frente a las garantías laborales para hacer un trabajo ético					
b) Frente a la libertad de producir contenidos relevante sin acoso de ninguna índole.					
c) Frente a las garantías de imparcialidad para producir informativamente					
d) Frente a las condiciones laborales para ejercer un periodismo con verdades completas					
e) Frente a la libertad de mostrar todos los puntos de vista posible de un tema					
f) Frente al compromiso de esta empresa con la responsabilidad social					
g) Frente a la comunicación con los jefes o superiores					

5.3 ¿Qué incide a diario en tu trabajo que afecta en ocasiones la calidad periodística? Responda así:

1. Nunca 2. Rara vez 3. A veces 4. A menudo 5. Siempre

ASPECTOS INCIDENTES	1	2	3	4	5
a) La precaria remuneración salarial					
b) La crisis económica familiar					
c) El miedo a perder el empleo					
d) Acoso laboral de los jefes o directivos de la empresa					
e) La crisis económica de la empresa					
g) Las ganancias de la concentración de la torta publicitaria					
h) La sobreoferta de mano de obra					
i) La presión de la clase política					
j) Sobornos de la fuente al periodista					
k) Arreglos entre jefes y periodistas para dividirse el valor de los contratos					
l) La presión de los actores armados					
m) El acoso sexual					
¿Otros cuáles:					

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO...

**PLANILLA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNIVERSO POBLACIONAL DE
PERIODISTAS ACTIVOS EN LAS CIUDADES DE SANTA MARTA**

NOMBRE DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN	TIPO DE MEDIO	PERIODISTAS QUE LABORAN (NOMBRE E INFORMACIÓN DE CONTACTO)	NOMBRE DIRECTOR DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN	DATOS DE CONTACTO DEL MEDIO DE COM. (DIRECCION-TELEFONO-EMAIL)
AL DIA "EL HERALDO"	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Jorge Alberto López Cel # 316-5418172 Fijo: 4215222 Correo: templario17@gmail.com	Ernesto Mc Causland	aldia@aldia.com.co Dir.: calle 22 N 2 -14 LOCAL 104 Tel: 4215222- 4215221
AL DIA "EL HERALDO"	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Saith Daniel Ferez Boneth Cel # 300-4315692 Fijo: 4215222 Correo: saith.ferez@gmail.com	Ernesto Mc Causland	aldia@aldia.com.co Dir.: calle 22 N 2 -14 LOCAL 104 Tel: 4215222- 4215221
AL DIA "EL HERALDO"	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Katheryn Rendón Herrera Cel # 301-5191419 Fijo: 4215222 Correo: theryn29@gmail.com	Ernesto Mc Causland	aldia@aldia.com.co Dir.: calle 22 N 2 -14 LOCAL 104 Tel: 4215222- 4215221
EL HERALDO	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Agustin Iguaran Gonzales Cel # 3157377487 Correo: augusti.iguaran@elheraldo.com.co	Ernesto Mc Causland	Agustin Iguaran Gonzales elheraldosm@dialnet.net.co Dir.: calle 22 N 2 -14 LOCAL 104 Tel: 4215222- 4215221

CABLE NOTICIAS	Prensa <input type="checkbox"/>		Sin Director	Luchobeltran31@hotmail.com Dir: Av. Libertador kr19
	Radio <input type="checkbox"/>	Luis Beltrán	Directora comercial Carolina Trinidad	
	Televisión <input checked="" type="checkbox"/>			
Independiente	Prensa <input type="checkbox"/>	Joseph Camilo Robles Melo	Camiloj22@hotmail.com	Camiloj22@hotmail.com Cel:312 6132230
	Radio <input type="checkbox"/>	YESICA RODRIGUEZ ATENCIO		
	Televisión <input checked="" type="checkbox"/>			
OLIMPICA STEREO	Prensa <input type="checkbox"/>	Reinaldo Tapia Salina	Luis Quintero Programacion@olimpicastereo.com.co	Latino971@gmail.com Eduardobritosalas@hotmail.com lucianovisbal@hotmail.com laradioesmipasion@gmail.com Dir: Los Angeles kra 5 cll 28
	Radio <input checked="" type="checkbox"/>	Eduardo Brito		
	Televisión <input type="checkbox"/>	Luciano Visbal		
CAMPO TELEVISIÓN	Prensa <input type="checkbox"/>	José Puentes		puentes.jose@hotmail.es
	Radio <input type="checkbox"/>	Hellen Lara	Ramón Campos	Hecrilaga4@hotmail.com Orlandomontenegroardila@hotmail.com Dir: Cll 22 kr 14
	Televisión <input checked="" type="checkbox"/>	Orlando Montero		
RADIO POLICIA NACIONAL	Prensa <input type="checkbox"/>	Rubén Alexis Fajardo Duran		Ruben.fajardo@correo.policia.gov.co
	Radio <input checked="" type="checkbox"/>	Gabriel Robles Guerrero	Sgto. Fajardo	Gabriel.robles@correo.policia.gov.co
	Televisión <input type="checkbox"/>	Aníbal Felipe Estrada Sánchez		Anibal.estrada@correo.policia.gov.co Dir: CLL 22 KRA 1
	Prensa <input checked="" type="checkbox"/>	Jaime Alberto		

CONDICIONES LABORALES DE LOS PERIODISTAS DE SANTA MARTA Y SINCELEJO

HOY DIARIO EL MAGDALENA	Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Mier Vargas (editor) Rocio Fontanilla Daza	Ulilo Acevedo	socialhoydiario@hotmail.com socialhoydiario@yahoo.com rochyfon@hotmail.com
EL VOCERO DE LA PROVINCIA	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Rafael Castro Peinado Josefa Orozco Vargas Helen Lara Gariazo	Josefa Orozco Vargas	elvocerodelaprovincia@yahoo.com Dir: kra 3 N 18-46
RUMBA STEREO	Prensa <input type="checkbox"/> Radio <input checked="" type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Emiro Ochoa Gisell Campo Luis Muñoz Caballero Juan Carlos Mendoza	Antonio Tobías atobias@rcnradio.com	emiroochoa@gmail.com gigi19-@hotmail.com luchodj1@hotmail.com juancarlosmendoza63@gmail.com Dir: AV. EL LIBERTADOR CII 15 N 27.100 Fijo: 4214274
TROPICANA STEREO	Prensa <input type="checkbox"/> Radio <input checked="" type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Carlos Julio Araujo	Hernando Garcia hgarcia@caracol.com.co	caraujo@caracol.com.co
SANTA MARTA TV.	Prensa <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input checked="" type="checkbox"/>	Alberto Segrera	Orlando Segrera Santamartatv@hotmail.com	segrera@hotmail.com

CANAL CMS	Prensa <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input checked="" type="checkbox"/>	Julio Bolaños	Luis Beltran Luchobeltran31@hotmail.com	Luchobeltran31@hotmail.com
Radio Galeòn	Prensa <input type="checkbox"/> Radio <input checked="" type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Yair Álvarez Montoya Juan Alberto Guzmán William Fierro José Ponce Obispo Roque Medina		yairalvarezm@gmail.com jualquz68@yahoo.com willfiero@hotmail.com jponceobispo@hotmail.com rolidada@yahoo.es Dir: CII 17 5-81 4210736
EMISORA ONDAS DEL CARIBE	Prensa <input type="checkbox"/> Radio <input checked="" type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Pedro Andreis Abelló José Navarro Barrios Augusto DiazGranados Wilman De León	Dir. Artístico Sigilfredo Obispo	3005274751 preacordmagdalena@hotmail.com 3116538471 usted.queopina@hotmail.es 3008000410 augustopio@hotmail.es 3157164609 Wildel.13@hotmail.com Dir: Centro kra 3 N 18-32 4319587
EL TIEMPO	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	Paola benjumea		3114278297 4211296 paobenjumea@gmail.com Dir: Centro, Ed. Los bancos Piso 5
	Prensa <input type="checkbox"/>			

TERRITORIO	Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input checked="" type="checkbox"/>	Pedro Andreis Abelló		3005274751 preacordmagdalena@hotmail.com Dir: Cll 11d N 11b-35
EL INFORMADOR	Prensa <input checked="" type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>	JOSE CARLOS ANAYA MARTINEZ RAFAEL RODRIGUEZ CECILIA VIVES LACOUTURE OTILIO LOPEZ MERCADO ROGER URIELES VELASQUEZ HARRINTON DE ARMAS URUETA		301 358 0350 sociales@elinformador.com.co 301 4859813 rafaelrodriguez@el-informador.com editora@elinformador.com.co 4217736 – 4217738 4217739 301 299 2774 distrito@elinformador.com.co 312 6529863 deportes@elinformador.com.co 3114101739 judiciales@el-informador.com.co Dir: Av del libertador N 12ª-37 Fijo: 421776

RADIO MAGDALENA Y RADIO RODADERO “CARACOL”	Prensa	<input type="checkbox"/>	Raúl Caballero Rolon		313513573 Racarol57@hotmail.com
	Radio	<input checked="" type="checkbox"/>	Juan III Padilla Armedo		3173075400 periodistasatelite@hotmail.com
	Televisión	<input type="checkbox"/>	William Andreis García Gonzales		3163875791 wiligarciagonzales@gmail.com
			Miguel José Sánchez Navarro		3008605668 Mi_jose_sanchez91@gmail.com
			Álvaro Cotes Córdoba		3135011950 Alancor2000@gmail.com
			Francisco Jesus Romero Villa		3003506702 dirfrancisco@gmail.com
		Jorge Eliecer Sepúlveda Cervantes		3215187493 Jorgeeliecer19@hotmail.com	
					Dir: Centro cll 14 N 3-04 p2 Fijo: 4213232