



XII ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE  
FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
Bogotá, Colombia, septiembre 25 al 28 de 2006

**XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social  
FELAFACS - Pontificia Universidad Javeriana  
Bogotá, septiembre de 2006**

Mesa # 13: Periodismo medios y poder(es)  
MODERADOR: Mario Morales

**Perfil Sociológico de la profesión del periodista en Colombia: diálogo  
íntimo con el ser humano detrás de las noticias.**

**Marta Milena Barrios**

[mbarrios@uninorte.edu.co](mailto:mbarrios@uninorte.edu.co)

Magister en Desarrollo Social,  
Universidad del Norte-  
Universidad de Paris XXII  
Profesora Asistente  
Universidad del Norte  
Barranquilla, Colombia

**Jesús Arroyave**

[j.arroyave@umiami.edu](mailto:j.arroyave@umiami.edu)

Magister En Educacion,U. Javeriana-  
Universidad del Norte  
Master en Comunicacion, Rutgers University  
Candidato a Doctor en Comunicaciones  
University of Miami  
Miami, Florida, Estados Unidos

**Marta Milena Barrios.**

Marta Milena Barrios es una Comunicadora Social y periodista orientada hacia el desarrollo social, la educación y la investigación en ciencias sociales. Se desempeñó como reportera de televisión durante diez años y como conductora de programas de radio. Como periodista free-lance escribe reportajes y crónicas para la prensa local. Durante diez años se ha desempeñado como catedrática universitaria, en las áreas de redacción e investigación periodística y cubrimiento mediático de los conflictos sociales en las Universidades Autónoma y del Norte de Barranquilla. Ha realizado varias investigaciones sobre el tema del cubrimiento periodístico, en particular, sobre el cubrimiento de conflictos sociales. Realiza consultorías en Comunicaciones y Desarrollo Social.

**Jesús Arroyave.** Candidato a Doctor en Comunicación, University of Miami (USA).  
Master en Comunicación e Información, Rutgers University (USA). Magíster en  
Educación, Universidad Javeriana-Norte. Ha sido consultor de diversas organizaciones

internacionales en el área de la comunicación. Ha participado como ponente en conferencias internacionales en Estados Unidos, Puerto Rico, Canadá y Alemania.

Eje temático: **El Yo: Identidades y Subjetividades**

### **Perfil Sociológico de la profesión del periodista en Colombia: diálogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias.**

Los programas de Comunicación Social- Periodismo ha crecido de manera dramática en América Latina en las últimas décadas. El año pasado existían más de mil programas en la región con una población estudiantil que podría superar el medio millón (FELAFACS, 2005). Tan solo en Colombia existen más de 15 mil estudiantes que cursan sus carreras en 70 programas en el país (AFACOM, 2005). Dentro de las opciones ocupacionales que ofrecen estos programas, el periodismo se ha convertido en una profesión muy atractiva para muchos jóvenes. A pesar de este extraordinario interés por el periodismo no sólo en América Latina sino también en Colombia, mucho es lo que se desconoce de la profesión en la región.

La revisión de la literatura demuestra que los estudios sobre periodismo en América Latina han tomado diversas formas. Así por ejemplo, existen estudios empíricos que bordan los contenidos de los textos periodísticos (Arroyave & Hughes, 2004a; Arroyave & Hughes, 2004b; Barrios & Obregón, 2003; García, 2003); estudios que analizan la estructura de los medios en la región (Fox, 1997; Fox & Waisbord, 2002); análisis sobre el componente ético de la profesión (Herrán & Restrepo, 2001; Restrepo, 2004); investigaciones empíricas y ensayísticas que abordan el problema del sensacionalismo en los textos periodísticos (Hallin 2000; Pedroso, 1994; Martini, 1999; Torrico Villanueva, 2002; Lozano, 2003); análisis de los factores que inhiben la libertad de prensa en la región (Hughes & Lawson, 2005; Inter-American Press Association, 2005). Sin embargo, muy poco es lo que se conoce sobre el ejercicio de la profesión en la América Latina. Trabajos como los efectuados por la Konrad Adenauer en la región y a nivel particular en Venezuela por Aguirre (1990), Colombia con Cardona (2004) y con Aldana y Gómez (2002) en Paraguay constituyen la excepción. Dentro del corpus de investigación existente, pocos trabajos se han centrado en el estudio del periodismo desde la perspectiva del sujeto. El presente estudio se inserta dentro de un proyecto mayor que ya se ha presentado a nivel internacional (Arroyave & Blanco, 2004a; Arroyave & Blanco, 2004b; Arroyave, Gill & Blanco, 2006) y cuyo objetivo central es delinear el perfil sociológico del periodistas en América Latina. La investigación se basa en cinco grupos de discusión focal que se realizaron en las ciudades más importantes de Colombia (Ver cuadro 1). 35 periodistas vinculados a diferentes medios de comunicación compartieron sus experiencias, frustraciones y satisfacciones sobre el ejercicio diario de su profesión.

Los hallazgos obtenidos revelan aspectos fascinantes sobre la profesión. Utilizando la técnica del tratamiento comprensivo (Comprehensive data treatment, Silverman, 2001), cuatro categorías macro emergieron en el análisis: *La institucional, la formativa, la personal y las amenazas contra la profesión* (Cuadro 2). Desde la perspectiva *institucional*, los periodistas mostraron su insatisfacción por innumerables situaciones del contexto laboral e institucional. Circunstancias como la mala remuneración, falta de políticas de ascenso en el medio, carencia de recursos para trabajar, desconocimiento de horas extras y presión institucional inclusive, en los contenidos, fueron

expresadas por los comunicadores. Así mismo, fue evidente el descontento por unas exigencias institucionales que cada vez privilegian más el interés comercial que el informativo.

En la categoría *formativa*, se evidenció el descontento de algunos periodistas con el imaginario social que existe de la profesión. Los periodistas se quejaron de que la carrera era vista como “algo residual” que muchas personas estudiaban o llegaban a ella de otros programas porque “no tenía matemáticas” y no era “tan exigente”. De igual modo, emergió la preocupación de la abundancia de “Gente Light” que viene a estudiar la carrera llevada por el glamour de estar en la TV. Para algunos comunicadores, las facultades de Comunicación Social - Periodismo no ofrecen una formación lo suficientemente sólida para todo lo que exige la profesión. Sugirieron que el periodismo fuera elevado al nivel de postgrado para mejorar el nivel de preparación de los comunicadores.

Desde la perspectiva *personal*, los periodistas manifestaron una enorme inconformidad por lo absorbente de la profesión. Fue evidente que para muchos la vida familiar y personal se ha visto afectada grandemente por las exigencias de la profesión. Mujeres “solteronas” y hombres divorciados y “solitarios” fueron el denominador común de algunas salas de prensa. Sin embargo, los comunicadores ratificaron el enorme compromiso social que significa ejercer la profesión. En algunas regiones, los periodistas sirven de puente con las instituciones gubernamentales para solucionar problemas concretos de la comunidad, yendo mas allá de lo que se ha denominado periodismo cívico.

En lo que respecta a la categoría *amenazas para ejercer la profesión* surgieron diversos factores que están haciendo mella en la trabajo del comunicador. De una parte, el periodismo radial ha sido el más afectado, ya que muchos periodistas reciben un cupo publicitario como parte de pago, ocasionando un periodismo comprado por las instituciones gubernamentales y privadas. Los periodistas radiales en algunas regiones se quejaron de que eran periodistas, vendedores, publicistas y cobradores, restándole estas actividades un tiempo valioso para ejercer con mayor calidad su trabajo. De otra parte, la proliferación de emisoras religiosas en varias ciudades ha limitado los espacios para que los periodistas ejerzan su labor. Así mismo, distintas presiones por parte de grupos al margen de la ley han emergido como una amenaza real al ejercicio cotidiano de la profesión. De igual modo, las denuncias de corrupción que hacen los periodistas se han convertido también en otra amenaza seria contra su vida. Sin embargo, frente a esto, los comunicadores han respondido con acciones tales como convertirse en reporteros anónimos o privilegiar cierta forma de compañerismo que va mas allá de la competencia por la chiva, que ha suscitado un fenómeno muy *sui géneris* del ejercicio del periodismo en Colombia.

Todas estas dinámicas que emergieron de las extensas discusiones sostenidas con los periodistas en las cinco regiones del país contribuyen a mejorar nuestra comprensión del ejercicio del periodismo en Colombia y del sujeto detrás de las noticias.

## **Perfil Sociológico de la profesión del periodista en Colombia: diálogo íntimo con el ser humano detrás de las noticias.**

Por: Marta Milena Barrios y Jesús Arroyave

Pese a que los programas de comunicación social- periodismo son cada día mas populares en América Latina, las investigaciones empíricas sobre la naturaleza de la profesión han escaseado en el contexto latinoamericano y colombiano. En efecto, la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, reportó en el 2005 que existían en la región 1027 facultades de comunicación – periodismo. Algunos analistas calculan que la cifra de estudiantes en esta disciplina puede estar cerca del medio millón. Sin embargo, mientras que existe un importante número de estudios empíricos en Alemania, Francia, Estados Unidos, Inglaterra y España sobre la naturaleza de la profesión (Weaver y Wilhoit ,1996; Barret, 1984; Johntone, Slawski y Bowman, 1976; Shaver, 1978; Stamm y Underwood, 1993, Rodríguez Andrés, 2000, Ortega y Humanes, 2000), existe un vacío significativo en el conocimiento de las condiciones en las cuales los periodistas ejercen su profesión en Colombia, donde la compleja realidad política y social cotidiana, les impone unos retos mayúsculos y particulares.

En Colombia, estos programas se han multiplicado recientemente. Según registros de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social y Periodismo (AFACOM), en el 2005 existían 70 Programas registrados ante el ICFES. Estos ofrecen formación profesional, en instituciones de Educación Superior durante 4.5 o 5 años. En total, la población promedio de estudiantes en estos centros es de 15 mil. Sin embargo, la cifra podría ser mayor ya que existen institutos técnicos que tienen programas afines, aunque no siempre cumplen con los requisitos exigidos. Ya sean egresados universitarios, tecnólogos o empíricos, muchos se inician en el mundo laboral en una actividad de la cual ignoran muchos aspectos importantes. Por lo general, consideran que su carrera está simplemente asociada a la presentación de noticias o sucesos frente a los medios audiovisuales o escritos que los haga visibles de una manera rápida frente a una audiencia

masiva. El glamour de aparecer en el medio de comunicación a veces los hace perder perspectiva de todos los retos y exigencias que demanda la profesión.

El objetivo de este estudio es delinear el perfil sociológico del periodista colombiano. Este texto pretende auscultar desde la perspectiva del sujeto las frustraciones, alegrías, fuentes de tensión, y satisfacción de la profesión del periodista. Este trabajo se enmarca dentro de un proyecto mayor que indaga sobre la profesión del periodismo en el contexto de América Latina (Arroyave & Blanco, 2004; Arroyave, Gill & Blanco, 2006). Pretendemos ayudar a conocer mejor esta profesión a partir de los aportes de los periodistas colombianos que se encuentran vinculados activamente a los diferentes medios de comunicación. A continuación se expondrán algunos estudios relacionados con el tema que sirvieron de guía en la estructuración de este estudio. Posteriormente se explicará la metodología que se empleó en el estudio. A continuación se expondrán los hallazgos y por último, se socializarán algunas reflexiones sobre del proyecto.

### **Revisión de la literatura**

En una investigación de corte cuantitativo liderada en Colombia por la Cátedra Konrad Adenauer que estuvo enfocada hacia el análisis de las agendas de los medios de comunicación de las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla se realizó un análisis de contenido de las informaciones emitidas por los medios que hicieron parte del estudio (Qué y cómo narran, quiénes son los sujetos visibles en estas agendas), se indagó en las principales características de quienes construyen estos mensajes (Quiénes son los que narran y cómo perciben su profesión) y finalmente, la percepción de las audiencias frente a estos contenidos (¿coinciden las agendas con los ciudadanos?). En lo que atañe a nuestra investigación tocaremos el aspecto del análisis de los periodistas.

En cuanto a Datos demográficos el estudio concluyó que “casi la mitad de la población (de los periodistas encuestados) se concentra en los medios bogotanos (El Tiempo, Noticias RCN, Caracol Noticias, RCN cadena básica, la WFM y Radio Uno) que tienen estructuras económicas más fuertes.

La televisión - medio elegido por la mayoría de la población (audiencia) encuestada para informarse-<sup>1</sup>tiene la mitad de los periodistas que tiene la prensa”. (Pág. 60) En los cargos de dirección prevalecen los hombres. “En los medios nacionales La distribución de sexos no presenta mucha diferencia, lo que sí es evidente en los medios regionales, ya que estos presentan el 61% la población compuesta por hombres y el 38% por mujeres. Por medios “en radio es donde se nota más distancia entre los sexos, el 71% de las redacciones están compuestas por Hombres y el 29% por Mujeres. En prensa es más pareja la composición: el 43% Mujeres y el 55% Hombres, mientras que en Televisión la diferencia es también marcada: el 38% Mujeres y el 62% Hombres” (...)

Otra variable de la investigación fue la edad de los periodistas encuestados: “el 69% tiene edades entre 20 y 40 años, y sólo el 14% entre 40 y 60 años. Analizando esta información por cargos la tendencia es que los directivos, jefes de redacción y editores tienen una edad promedio entre los 40 y 50 años, mientras que un 41% de los periodistas es menor de 30 años.” (...) El estudio indica que “el relevo generacional es fuerte, sin embargo es “preocupante la falta de experiencia de la mayoría de periodistas” (Pág. 62).

La variable vinculación al medio el estudio concluyó que “el 33% de los periodistas están vinculados desde hace dos años, el 20% lleva vinculado al medio un promedio de 3 a 5 años; con 6 a 10 años (...) aparece otro 20%. Sólo un 3% tiene 15 años de vinculación al medio donde trabajan y por lo general son quienes ocupan cargos directivos”. (Pág. 62) Al cruzar las variables edad y tiempo de vinculación se concluye que “la mayoría de la población tiene promedio 32 años y menos de cinco años de vinculación al medio”. (Pág. 62).

De otra parte, estudios realizados en España sobre la profesión del periodista revelan diversos hechos de gran interés. Por ejemplo, Ortega identificó 4 elementos que causan tensión en el ejercicio del periodismo. Estos elementos son el vital, competencial, relacional y político. El primero se refiere a lo absorbente del oficio que lleva a los comunicadores a asumirlo como un estilo de vida donde no hay cabida para ninguna otra actividad. El factor competencial se refiere no solo a

---

<sup>1</sup> véase Qué es noticia, Agendas periodistas y ciudadanos Pág. 77 segmento de audiencias

las habilidades y destrezas que demanda la profesión sino también la capacidad de autorregulación en términos asociativos. El aspecto relacional hace referencia a la interacción entre el periodista y sus colegas. Para este autor, este elemento es muy importante ya que son los iguales quienes pueden evaluar el trabajo que está realizando el comunicador. Finalmente, el último factor se refiere a que los medios pueden influir en la sociedad y tiene por tanto un contenido político, siendo este un elemento que trae consigo su carga de tensión en el comunicador.

El estrés fue considerado también un factor esta presente en el ejercicio del periodismo. Ortega (2000) revela que en España, 9 de cada 10 periodistas piensan que el estrés es bastante o mucho en la profesión. Dentro de los factores que mencionaron los periodistas que causaba estrés se señalaron: La presión horaria (88 %), la prolongada jornada laboral (87,4 %), la competencia profesional (85 %), las presiones de la propia empresa (67 %) y las presiones políticas (34,1 %). Así mismo, Arroyave y Blanco (2005) encontraron que algunos periodistas en América Latina consideraban que “La sala de prensa es el lugar más estresante del mundo”.

Ciertamente el periodismo es una profesión que genera no solo tensión sino que también trae consigo una carga enorme de trabajo y responsabilidad que hace pensar a algunos a abandonar la profesión. Rodríguez Andrés (2000), por ejemplo, reportó en su artículo que casi un 70 por ciento de los periodistas españoles manifestó haber pensado en cambiar de profesión en algún momento. En dicho estudio, cuando los periodistas mencionaron las razones primordiales por las cuales dejarían la profesión, las más importantes fueron: para estar más tiempo con la familia y amigos (36.1 %), Para disminuir el estrés (35 %), para mejorar la situación económica (29 %) y por frustración (25.5 %).

Otros estudios realizados en América Latina ponen de manifiesto los problemas salariales y de contratación que enfrentan los periodistas (Pastrán Arancibia, 2000; Aguirre, 1992, Cardona 2004). Pastrán Arancibia (2000) encontró que el pago de los periodistas con segmentos comerciales limitaba enormemente la albor de los comunicadores y propiciaba “un periodismo que hipotecaba la consciencia” (p. 6). Así mismo, el reconocimiento de las horas extras es poco común en muchos

medios periodísticos (Cardona, 2004). En Colombia, por ejemplo, el investigador Cardona (2004) no solo encontró que existían “bajísimos niveles de remuneración salarial” (p. 8) y carencia de políticas institucionales de ascenso y crecimiento en las salas de redacción y sino que también halló que con frecuencia se recurría a la modalidad de contratación de prestación de servicio para no pagar ciertas prestaciones a que tenía derecho todo trabajador. Estos estudios sirvieron de guía para perfilar aquellos temas que serían discutidos en los grupos focales que se realizaron en las cinco ciudades de Colombia.

### **Metodología**

El presente estudio utilizó una metodología de corte cualitativo: Los grupos de discusión focal. Los grupos de discusión focal son considerados una técnica semi-dirigida que consiste en la producción controlada de discusión dentro de un grupo de personas, quienes no se conocen entre sí pero comparten características comunes (Flores y Alonso, 1995). El objetivo primordial de esta herramienta de investigación es encontrar las respuestas al cómo y al por qué sobre distintos fenómenos sociales. (Iloro, 2004).

Los primeros grupos de discusión focal se utilizaron inicialmente en los años 1920 en Estados Unidos en las investigaciones de mercados (Frey y Fontana, 1991; Kruger, 1988; Morgan, 1993). Posteriormente fueron utilizados en varias disciplinas sociales con distintos propósitos. Sin embargo, en los 70, pocas disciplinas diferentes a la mercadotecnia utilizaban esta técnica de investigación. Hoy en día se han convertido en una herramienta muy importante en las ciencias sociales, en general, y en las investigaciones en comunicación, en particular (Lunt y Livingstone, 1996; Ellis y Miller, 1993; Morgan & Krueger, 1997).

Varios investigadores han resaltado distintas cualidades de los grupos de discusión focal. Kreps (1995), por ejemplo, mencionaba el hecho de que los grupos de discusión focal “estimulan la divulgación de información confidencial a través del intercambio de percepciones personales... La técnica permite el acopio de una información en extremo valiosa ya que los que más participan

estimulan la intervención a aquellos más tímidos” (p. 177). En este sentido, Lindlof (1995) señala que dada la interacción de experiencias que propician los grupos de discusión focal, esto permite a los participantes que articular mejor su propia perspectiva sobre los temas que se están discutiendo. Krueger (1988) por su parte destaca cinco ventajas de la técnica de discusión de grupos focales: 1) Es una técnica de investigación socialmente orientada que captura material de la vida real en ambientes sociales. 2) Es flexible. 3) Tiene alta validez. 4) Se obtienen rápidos resultados, y 5) Su costo es bajo.

Se realizaron cinco grupos de discusión focal en las siguientes ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena. Estos grupos de discusión focal fueron integrados de 5 a 12 periodistas de los distintos medios de comunicación social, con una participación equilibrada entre hombres y mujeres. Las discusiones que se efectuaron en los grupos de discusión focal fueron grabadas y transcritas en su totalidad. Las transcripciones de los 5 grupos focales fueron analizadas utilizando el método constante comparativo (Glaser y Status, 1967; Lincon y Guba, 1985). Los temas y las categorías que emergieron fueron analizadas utilizando la técnica de tratamiento comprensivo de los contenidos (Comprehensive data treatment, Silverman, 2001). Los autores realizaron un análisis individual de las transcripciones obtenidas y luego se cotejaron los resultados. En cada grupo de discusión focal participaron un moderador y un relator, quien tomó nota del lenguaje corporal de los participantes y de cualquier hecho de interés que ocurrió en el transcurso de la discusión focal.

Cuatro categorías emergieron del análisis que se realizó de las distintas transcripciones. Estas categorías fueron, la formativa, que incluye todas las ideas relacionadas con la formación de periodista, las percepciones sobre la carrera de estudio y la necesidad de capacitación. La dimensión personal que incluye las ideas relacionadas con la esfera personal del comunicador tales como la familia, los amigos y otros aspectos no relacionados con el ambiente laboral. La dimensión Amenazas/ Obstáculos en el ejercicio de la profesión, que Incluye todas aquellas ideas relacionadas

con las dificultades que enfrenta en comunicador para ejercer la profesión. Por último la categoría Institucional, que incluye las ideas relacionadas con el medio periodístico, el sistema de medios o el contexto en el que el periodista trabaja. En el siguiente cuadro se exponen los hallazgos más significativos de las cuatro categorías que emergieron en el análisis.

## RESULTADOS

<b><i>Categoría Institucional</i></b> <i>Ideas relacionadas con el medio periodístico, el sistema de medios o el contexto en el cual el periodista trabaja.</i>	<b><i>Categoría Formativa</i></b> <i>Ideas relacionadas con la formación del periodista, las percepciones sobre la carrera, oportunidades de estudio y las necesidades de capacitación.</i>	<b><i>Categoría Personal</i></b> <i>Ideas relacionadas con la esfera personal del comunicador tales como la familia, los amigos y otros aspectos no relacionados con el ambiente laboral.</i>	<b><i>Categoría Amenazas/ obstáculos en el ejercicio de la profesión.</i></b> <i>Ideas relacionadas con las dificultades o amenazas que el comunicador enfrenta para ejercer la profesión.</i>
<b><i>“Nuestro Esfuerzo No Es Remunerado”</i></b>	<b><i>“Imaginario social: Una carrera residual”</i></b>	<b><i>“Familia a distancia”</i></b>	<b><i>“¿Periodistas en el anonimato?”</i></b>
“Resulta que yo ¡hoy!, tengo el salario de hace seis años, de hace seis años y las empresas no quieren pagar más, no quieren, no pueden, no deben o no encuentran viable eso.”	“Mucha gente se metía a la carrera porque la veían primero como algo residual, pues si no pudieron con el derecho, si no pudieron con la medicina, si no pudieron con la ingeniería, se metían en la comunicación social porque era la carrera que no tenía matemáticas”.	“Nosotros salimos a las cuatro y media de la mañana y no sabemos a qué hora regresamos”.	“Yo estoy aquí desde que empezó Telepacífico y a mí la gente no me conoce. Empecé en TV con la persecución del narcotráfico, el Cartel de Cali, después me tocó el narcoterrorismo, después los grupos paramilitares y la incursión de la FARC en el Cauca. Entonces yo siento que entre más anónimo más tranquilo estoy”
“Las empresas no tiene corazón, las empresas ... el empresario no ha cambiado un mínimo de inversión con un máximo de ganancia. ”	“Noté que había mucha gente que estaba ahí, primero porque realmente no le interesaba qué iban a estudiar, imlemente les interesaba graduarse. Entonces, tenían el concepto de que comunicación social era muy suave.”	“Ha sido duro... cada vez que voy a Cali y me despido de mi hijo... pues, se me desprende el corazón, pues, además, mi hijo es muy chiquito eh... hay que explicarle, son decisiones que te cuestan... te cuestan mucho porque yo ya veo a mi hijo... tiene todos unos cambios que tu dices ¡uich! Yo me he perdido de tantas cosas.”	“La prensa es tan rigurosa y te exige tanta precisión que uno le da miedo firmar. Uno decide no firmar y estas condenando tu nombre, y lo sabes.”  “En Medellín ya el corresponsal le dice al jefe de Bogota: ‘No, yo no voy para allá. Así de sencillo.’”
<b><i>“No somos nada sin el medio”</i></b>	<b><i>Imaginario Social: una profesión un tanto ‘light’</i></b>	<b><i>“Periodismo: No hay tiempo para la vida.”</i></b>	<b><i>¿ Trabajando con las uñas?</i></b>
“Hay otros profesionales que dicen: ‘Digale a la doctora que es el	“Todos los estudiantes lo que quieren es salir a cubrir reinados,	“Me decía la editora de El Espectador: ‘Usted está todavía a	“Es el hecho de llegar a una parte a una

<p>abogado fulano de tal, el arquitecto' y las demas profesiones casi nunca anteponen la institucion de la empresa que representan. Los periodistas dicen: 'es fulano de tal de RCN, Caracol, Todelar' y la secretaria susurra: 'Doctora: de RCN.'"</p>	<p>los carnavales, fiesta del once de noviembre, festival de cine, o sea, hacer el novelas, pero ninguno dice, vamos a meternos en política, vamos a meternos en economía".</p>	<p>tiempo, no cometa ese error grave, esto no es vida, estudie otra cosa, esto no es vida.' Esa es la frase que te repetirá cada periodista: 'Yo no tengo vida, no he tenido vida.'"</p>	<p>rueda de prensa y tener que esperar una hora, una hora y media, para que el funcionario llegue, sin pensar que uno tiene otros compromisos. Es el hecho de no encontrar los elementos mínimos que da el medio."</p>
<p><b><i>Categoría Institucional</i></b> <i>Ideas relacionadas con el medio periodístico, el sistema de medios o el contexto en el cual el periodista trabaja.</i></p>	<p><b><i>Categoría Formativa</i></b> <i>Ideas relacionadas con la formación del periodista, las percepciones sobre la carrera, oportunidades de estudio y las necesidades de Capacitación.</i></p>	<p><b><i>Categoría Personal</i></b> <i>Ideas relacionadas con la esfera personal del comunicador tales como la familia, los amigos y otros aspectos no relacionados con el ambiente laboral.</i></p>	<p><b><i>Categoría Amenazas/obstáculos en el ejercicio de la profesión.</i></b> <i>Ideas relacionadas con las dificultades o amenazas que el comunicador enfrenta para ejercer la profesión.</i></p>
<p>"Como individuos no tenemos tanto poder sin el medio."</p>	<p>Existe un engaño por parte de las universidades... la gran demanda de jóvenes para estudiar comunicación es la televisión, porque todos quieren aparecer en la televisión, todos quieren presentar farándula".</p> <p>"...en la carrera estudiaban, gente... como entre comillas de esos que uno llama locos, mochileros, que les gustaba el cine, el teatro, la música, pero no tanto como para meterse en una carrera de arte"</p>	<p>"El sábado es un día feliz en la sala de redacción. El domingo es un día horrible porque no solamente está trabajando un día en que la gente descansa sino que hay pocas cosas y uno se angustia porque no sabe con qué abrir. La gente que tiene que hacer la primera página de un periódico de un domingo para lunes la pasa horrible."</p>	<p>"A veces uno encuentra que en el medio radial no puedes utilizar el teléfono porque el recibo vino muy alto. Y las noticias te exigen llamar al funcionario, contactar a las personas afectadas y no, no puedes."</p>
<p><b><i>El aspecto comercial siempre impera.</i></b></p>	<p><b><i>Formación del periodista: El pregrado no es suficiente.</i></b></p>	<p><b><i>Profesión de Insomnes?</i></b></p>	<p><b><i>La solidaridad, más fuerte que la chiva</i></b></p>
<p>"De acuerdo a la cantidad de pautas te dan tantas páginas o te dan tanto espacio, hay temas que requieren mucho espacio y a veces no te lo dan, te limita la pauta... El tema de la pauta aquí en los grandes medios es súper determinante"</p>	<p>"Me di cuenta, como que al periodista raso como tal le falta mucha formación y mucho mundo académico... Sentía que no tenía las herramientas, entonces sentía que tenía que hacer un postgrado"</p>	<p>Yo hace rato no duermo bien, hace como quince años no duermo bien porque yo me acuesto con esos benditos audifonos escuchando radio y me levanto con audifonos escuchando radio y empiezo a tener unos huecotes grandotes aquí..."</p>	<p>"Estamos pasando de ser fiscalizadores o ser fiscalizados, se está perdiendo la independencia, los medios independientes de acá viven de la pauta publicitaria. También estamos fiscalizados por los grupos armados, ellos tienen gente escuchando lo que se dice"</p>

			en todos los medios, leyendo la prensa y se escuchan quejas”
	‘El periodismo debería ser de postgrado por lo delicado que es manejar la opinión pública, formar opinión pública’.		“Nosotros somos muy compañeros, existe mucha camaradería... Si hay algo, si hay una información muy delicada, viajamos en grupo, no nos tratamos de pisar los callos.”
<b><i>Trabajar, trabajar y trabajar...!</i></b>	<b><i>El Papel de las Universidades</i></b>	<b><i>Periodistas: entre solteronas y separados</i></b>	<b><i>La radio en Cartagena: en manos de Dios</i></b>
“¡Horas extras! ¿Qué es eso?, yo no sé lo que son horas extras. Uno no sabe a que horas sale y ¿tu crees que me reconocen esas horas extras?, ¡Jamás!”	Creo que hay una tarea pendiente por parte de las carreras y de las facultades de comunicación de este país, de pensar realmente en la formación de los periodistas porque creemos que falta mucho piso, falta mucho...”.	“Cuando entré a Semana me dijeron: ‘Aquí el que entra a Semana se separa.’	“El mayor peligro que tenemos es dónde laborar. Tan solo en las dos emisoras Todelar en Cartagena están saturadas... No hay dónde trabajar. Esta situación limita el desarrollo profesional de muchos estudiantes y muchos comunicadores”.
<b><i>Categoría Institucional</i></b> <i>Ideas relacionadas con el medio periodístico, el sistema de medios o el contexto en el cual el periodista trabaja.</i>	<b><i>Categoría Formativa</i></b> <i>Ideas relacionadas con la formación del periodista, las percepciones sobre la carrera, oportunidades de estudio y las necesidades de Capacitación.</i>	<b><i>Categoría Personal</i></b> <i>Ideas relacionadas con la esfera personal del comunicador tales como la familia, los amigos y otros aspectos no relacionados con el ambiente laboral.</i>	<b><i>Categoría Amenazas/ obstáculos en el ejercicio de la profesión.</i></b> <i>Ideas relacionadas con las dificultades o amenazas que el comunicador enfrenta para ejercer la profesión.</i>
“A mi me tocó vivir una época donde trabajaba de lunes a domingo, horarios de más de 40 horas. A mi me parece triste que a los periodistas no se les reconozcan horas extras.”	“El periodismo es una carrera de postgrado, tu tienes que tener un piso primero, sobre la vida, la sociedad, la cultura, lo jurídico...”	“Es que mis colegas me dicen que si no me pongo las pilas estoy haciendo el curso para solterona. Tengo compañeras de trabajo que por dedicarle todo su tiempo al periodismo, y por otras razones, pertenecen al grupo de las solteronas.”	
<b><i>Ejerciendo la profesión: ¿Periodista o vendedor?</i></b>		<b><i>El Periodista: ¿Un antisocial?</i></b>	<b><i>Sobreviviendo En Medio del Fuego</i></b>

<p>“Muchas veces uno no se puede dedicar a una noticia, a profundizar porque tiene que andar buscando lo que es la publicidad, facturarla y cobrarla, entonces eso quita tiempo... uno no puede entonces hacer seguimiento y no profundiza porque no queda tiempo.”</p>		<p>“Una de las cosas que odié en la redacción y sigo odiando es que uno pierde la vida social. Uno trabaja de lunes a domingo y se supone que tiene un día libre, pero falta ver si uno puede. Yo no tenía tiempo ni para ver a mi mamá.”</p>	<p>“Nosotros estamos entre palo fuego, estar en el fuego de los paramilitares, estamos en el fuego de la guerrilla, y estamos en el fuego mismo, del ejército colombiano, ¿ya?, uno sabe en que momento puede caer en cualquiera de los tres francos”.</p>
<p>“Si no vendes no trabajas, sino trabajas en las cadenas grandes te toca salir a vender y yo no estudié para vender”</p>		<p>“El periodista es un antisocial, no tiene tiempo para hacer vida social. Cuando lo invitan a almorzar, no puede almorzar porque se le escapan los personajes y se le van las noticias”.</p>	<p>“Lo primero en las mañanas son mis compañeros, más que el general, más que el coronel, más que el Alcalde... primero llamo a mis compañeros ¡Mirá! ¿Qué es lo que vamos a trabajar hoy?”</p>
<p>“Fue un choque durísimo salir de la universidad y encontrarse con que uno tiene que ser vendedor. Yo he sugerido que en la universidad deben incluir la cátedra de ventas para que uno sepa a qué va enfrentarse cuando salga.”</p>		<p>“(el periodista)... Si va a los cocteles conoce a un funcionario y después que criticarlo, terminan siendo enemigos. Entonces quien ejerce la profesión de periodista ciento por ciento termina siendo un antisocial.”</p>	
<p><b><i>Vendo la cuña o hipoteco mi conciencia?</i></b></p>			
<p>“En radio, le pagan a uno por las pautas, por las cuñas y muchas veces se convierte el periodista en vendedor de la noticia para poder subsistir. Eso lo limita porque si uno vendió la cuña de la Fabrica de Licores de Antioquia uno no va poder hablar mal de la fabrica porque le esta dando en ese momento parte de su comida a ese periodista.”</p>			
<p><b><i>Categoría Institucional</i></b> Ideas relacionadas con el medio periodístico, el sistema de medios o el contexto en el cual el periodista trabaja.</p>	<p><b><i>Categoría Formativa</i></b> Ideas relacionadas con la formación del periodista, las percepciones sobre la carrera, oportunidades de estudio y las</p>	<p><b><i>Categoría Personal</i></b> Ideas relacionadas con la esfera personal del comunicador tales como la familia, los amigos y otros aspectos no</p>	<p><b><i>Categoría Amenazas/obstáculos en el ejercicio de la profesión.</i></b> Ideas relacionadas con las dificultades o amenazas que</p>

	<i>necesidades de Capacitación.</i>	<i>relacionados con el ambiente laboral.</i>	<i>el comunicador enfrenta para ejercer la profesión.</i>
“Hace nueve años muchas cadenas tenían departamento de ventas y nosotros llegábamos a trabajar, a hacer lo nuestro, nadie nos decía: ‘tienes dos cupos, tres cupos.’ Pero lo fueron achicando hasta el punto de acabarlos. Ahora el periodista es vendedor”.			
<b><i>Labor periodística: Más allá del periodismo cívico</i></b>			
“Me motiva la parte humana; servir de puente entre la comunidad y el funcionario. Por ejemplo, mucha gente me dice: ‘Yo fui donde tal funcionario y no me ‘pararon bolas’. Entonces uno sirve de puente y logras hacer consciencia en el funcionario.”			
“En la noche se me presentó una señora a que la ayudara con los gastos del hijo que murió de Sida. Yo la cité al día siguiente a la Alcaldía y hablamos con el funcionario. Al día siguiente llegamos allá, tocamos las puertas e hicimos la gestión.”			
“...todo el mundo trata siempre de decirle a uno qué esta pasando en el barrio. Yo pienso que en términos generales el periodista es el mejor vecino del barrio.”			
<b><i>Cuando Falla el Estado: Los medios la otra alternativa</i></b>			
“La gente acude a la mayor credibilidad del medio... la gente			

dice: ¡eche! llama a Jorge Cura que ese man arma el rolo y mandan un carro y solucionan el problema.”			
“Se trasladan los procesos judiciales a los medios porque los medios se convierten en una instancia más efectiva que la misma división judicial.”			
<b><i>Categoría Institucional</i></b> <i>Ideas relacionadas con el medio periodístico, el sistema de medios o el contexto en el cual el periodista trabaja.</i>	<b><i>Categoría Formativa</i></b> <i>Ideas relacionadas con la formación del periodista, las percepciones sobre la carrera, oportunidades de estudio y las necesidades de Capacitación.</i>	<b><i>Categoría Personal</i></b> <i>Ideas relacionadas con la esfera personal del comunicador tales como la familia, los amigos y otros aspectos no relacionados con el ambiente laboral.</i>	<b><i>Categoría Amenazas/obstáculos en el ejercicio de la profesión.</i></b> <i>Ideas relacionadas con las dificultades o amenazas que el comunicador enfrenta para ejercer la profesión.</i>
Hay presiones, porque te dicen: no p tal cosa porque hoy viene “ACUÑA.” me parece denigrante. “(El periodista) espero al hombre para decirle: ‘Hey, veinte barritas ahí que estoy barro”			
<b><i>Periodistas : Muy mal remunerados</i></b>			
“De las profesiones peor pagas es el periodismo y los periodistas peor pagados somos los de radio. Nosotros prácticamente vivimos de limosna.”			
“En la mayoría de las empresas el periodismo es muy mal remunerado, no obstante el trabajo, el desgaste, la misma seguridad sino que pagan con unos contratos leoninos que no se compadecen con la profesión. Yo creo que este el punto crítico que tiene el periodismo en Colombia”			

## DISCUSIÓN

Los primeros trazos del perfil sociológico del periodista en Colombia deben partir de la discusión de las lógicas de producción informativa, como marco explicativo de la complejidad de matices que se tejen en la personalidad del sujeto que desempeña en Colombia el “mejor oficio del mundo”.

### **Esfera Institucional**

El primer cambio importante que se registra en los medios de comunicación como institución tiene que ver con su propia estructura. En efecto, Colombia parece seguir la tendencia mundial en cuanto se refiere a la propiedad de las empresas, que hace unas décadas eran negocios de familia, con una filiación política definida, pero a partir del poder que adquirieron por cuenta de los adelantos en ciencia y tecnología, pasaron a ser negocios de carácter comercial, con metas concretas de rentabilidad.

En Colombia se registra la emergencia de grupos multimedia, de propiedad de importantes conglomerados económicos, que cuentan con producción diversificada de revistas, periódicos locales y nacionales, emisoras radiales, televisión por cable e Internet. Lo anterior les permite imponer sus propias reglas de juego en cuanto se refiere a las condiciones comerciales y al tipo de afiliación del recurso humano que trabaja con ellos. Por lo general, hay consenso entre los comunicadores en el sentido que -en su afán de maximizar rentabilidad como empresas comerciales- los medios recurren a diversos tipos de contratación que posibilitan el mínimo de pérdida y el máximo de rentabilidad para su negocio. Es decir, en cierta medida, la noticia se volvió negocio, surgieron las grandes empresas y llegó el gran capital a las noticias. De la presencia de la situación descrita en otros

contextos dan testimonio numerosos investigadores (Kapuscinski, 2004) (Manrique & Cardona, 1994).

La observación que sigue es fácil de predecir: debido a su carácter comercial, surgen diferencias de intereses que afectan la calidad del producto final que se entrega a la audiencia. Los estudiosos de medios en Colombia dan cuenta de una tensión permanente entre los intereses económicos y la calidad de los contenidos y la autonomía e independencia informativa (Rey, 2005), al interior de los medios de comunicación. Esto hace mucho más difícil la situación laboral y personal del periodista, en una profesión que encierra, por naturaleza, un alto grado de complejidad y sacrificio individuales.

Esta situación repercute en forma negativa y directa en la situación laboral de los periodistas y resulta difícil de demostrar. De acuerdo a los participantes en la investigación, las empresas de medios en Colombia, en especial las emisoras de provincia, remuneran a sus empleados con un salario equivalente al mínimo legal, en el “mejor” de los casos, lo cual no corresponde a su formación ni satisface sus necesidades. En el peor, los comunicadores tienen que trabajar en ventas publicitarias para los informativos de los que hacen parte, esto es, consiguen ellos mismos parte de la pauta comercial, o “cupos” publicitarios, lo que origina no pocas dificultades adicionales en el ejercicio cotidiano de la profesión- compromete su independencia y los obliga a labores no periodísticas, como vender pauta a sus propias fuentes de información, entre otras- incluyendo problemas de tipo ético. Entre los comunicadores participantes en el estudio, la forma de remuneración más común fue una combinación de ambas formas: remuneración con el salario mínimo y con cupos publicitarios.

En la investigación resultó claro que esta estructura compensatoria de los medios, que apoya el sistema de cupos publicitarios, tiene un efecto negativo sobre

la calidad y los procesos periodísticos, pero, como se dijo, resulta una práctica difícil de demostrar. Existe un descontento generalizado entre los comunicadores en las cinco regiones del país por la parte remunerativa y la ausencia de seguridad social para los comunicadores y la idea que el volumen de trabajo y el nivel de responsabilidad no corresponden con los salarios existentes. Hay diferencias significativas entre los grandes medios y los chicos y entre los salarios de las dos principales ciudades: Bogotá y Medellín, con los del resto del país, como se demuestra en estudios anteriores (Gómez, 2005).

Sin embargo, en un país con una realidad social compleja como Colombia, los periodistas en ciertos contextos aceptan llenar vacíos de mediación que trascienden sus funciones, yendo incluso más allá del trabajo estrictamente informativo: se convierten en verdaderos gestores de procesos sociales. Datos aportados por la investigación sugieren que Colombia sigue el modelo del continente, registrado por otros académicos, en el cual el periodista es un fiscalizador de los asuntos públicos y un agente de cambio social (Bonilla y Cadavid, 2005).

En suma, los comunicadores están expuestos a presiones de tipo comercial, institucional y laboral que afectan la calidad e independencia del trabajo periodístico, situación que se registra en otros informes donde se da cuenta que el control del poder político y económico por parte de un actor dominante hace que éste trate de imponerse a los periodistas, presionándolos para que tomen partido (Gómez, 2005).

### **Esfera Formativa**

La generación actual de reporteros que labora en los medios ha egresado de las universidades pero aún no logra relevar de sus cargos a algunos periodistas empíricos, que claramente son la minoría en las salas de redacción, pero que en

ocasiones ocupan cargos directivos de mucha responsabilidad. La tensión clásica entre los puntos de vista de quienes se han formado en las universidades y quienes han recibido instrucción en la “escuela de la vida” se mantiene.

Adicionalmente, los periodistas participantes en el estudio perciben diferentes niveles entre ellos: los de nivel educativo más bajo y menor remuneración son los de radio, después le siguen los de televisión y los de nivel más alto, parecerían ser los que trabajan en prensa. La distancia entre los grupos de profesionales –que también se hace visible por regiones y entre las ciudades grandes y las chicas– resulta no pocas veces fuente de conflictos.

La otra variable que vuelve más complejo el panorama educativo es la movilidad de los periodistas entre los distintos medios de comunicación ya sea debido a la necesidad de trabajar en varias empresas en forma simultánea para mejorar la remuneración, o debido a la poca estabilidad laboral que existe. Para ellos tampoco es fácil seguir estudios de post-grado con las limitaciones de tiempo y recursos económicos que tienen. La movilidad que mencionaron los periodistas colombianos en este estudio también es de naturaleza temática y genera mucha inseguridad entre los comunicadores.

Como se dijo, las competencias profesionales son fuente de tensión porque de poco sirve en el ejercicio cotidiano de la profesión en Colombia el dominio de conocimientos específicos, dado que la regla es la de una movilidad continua en las áreas temáticas debido a la naturaleza inestable del trabajo en las empresas de medios. Esta lógica parece repetirse en países como España donde diversos estudios empíricos han mostrado como la movilidad en el cubrimiento de las fuentes genera inseguridades profesionales en “quienes, cada cierto tiempo, han de habérselas con nuevas y, en bastantes ocasiones, complejas responsabilidades (Ortega, 2000, p. 127).

## **Esfera Personal**

“En este oficio voraz, la vida personal se adapta a la profesional y no hay mucha diferencia entre ambas”. Esta frase, pronunciada con emoción en medio del diálogo con sus colegas, parece sintetizar el sentir de los profesionales colombianos en cuanto a los sacrificios personales que conlleva la decisión de ejercer el oficio en este país.

Los análisis reposados de los académicos reconocen la existencia de profesionales “curtidos” en el oficio en esta esquina del continente, toda vez que la realidad social compleja a la que tienen que hacerle frente en su vida profesional cotidiana, sumada a las limitaciones en sus condiciones laborales, les permite acumular en poco tiempo una experiencia que sólo se puede adquirir en otras circunstancias –con suerte- al cabo de muchos años de dedicación continua.

Las circunstancias descritas hacen que el ejercicio del periodismo en Colombia se asocie con una labor absorbente que consume el tiempo vital de los periodistas, una situación que se repite entre los colegas de otras latitudes. “No tener otro tiempo o tenerlo todo a disposición del oficio hacen éste un *estilo de vida*” (Ortega y Humanes 2000, p. 115). Por supuesto, esta dedicación profesional tiene un costo alto en su vida personal. Los factores que más afectan al periodista en su labor: el estrés y el tiempo (García León, 2000, Rodríguez, 2000, Diezhandino et al. 1994).

Con frecuencia, quien ejerce este oficio termina siendo un solitario que sólo tiene tiempo para su trabajo y que arrastra en su soledad a las personas de su familia inmediata: esposa e hijos. “Ser periodista sería algo así como no vivir la propia vida, sino vivir a través de la vida de los otros (de los colegas, de los protagonistas de las noticias, del anónimo y desconocido público”, dicen también investigadores del Viejo Mundo (Ortega 2000, p. 127). Por eso, el poder compartir

más tiempo con su familia resulta la principal razón que argumentan los profesionales cuando deciden explorar otras opciones laborales. Este argumento lo comparten con sus colegas de otras latitudes. La razón más importante para cambiar de trabajo: Estar más tiempo con la familia y amigos (36%) (Rodríguez, 2000).

No es fácil para las parejas ni los hijos adaptarse a las exigencias de la reportería y por tanto resulta inquietante la cantidad de periodistas separados, divorciados y “solterones” que se cuentan en el país. Las periodistas mujeres participaron en este estudio dicen que notan una diferencia grande en cuanto al ejercicio de su profesión si son solteras o si son casadas. Todas hacen énfasis en el sacrificio personal que se requiere para ejercer los roles de periodista y mamá y periodista y esposa. Subrayan la necesidad de encontrar un esposo comprensivo, que algunas veces es un periodista en ejercicio como ellas, y familiares que los ayuden en la crianza de los hijos. De todas maneras, cumplir en el trabajo y en el hogar les genera una tensión que afecta sus condiciones de salud mental y física.

### **Esfera Amenazas / Obstáculos en el Ejercicio de la Profesión**

Los periodistas en Colombia sienten que pende sobre sus cabezas una amenaza real contra sus vidas y las de sus seres queridos, por parte de los grupos al margen de la ley. La inseguridad ha llevado a que en el ejercicio de su profesión, los periodistas lleguen al extremo de utilizar el anonimato para proteger sus vidas. En algunas regiones donde la situación de orden público resulta delicada, los periodistas que cubren los sucesos que involucran algún grado de violencia prefieren no firmar sus notas en prensa o abstenerse de aparecer frente a las cámaras de sus noticieros de televisión.

No obstante, hay hechos dignos de destacarse en medio de las limitaciones del conflicto armado que vive el país. Los periodistas recurren a nuevas formas de compañerismo basadas en la solidaridad, para cumplir con su deber mientras protegen sus vidas. Esto hace que el afán por obtener la primicia informativa o “chiva” como se conoce en el argot popular, se deje a un lado para buscar en su lugar cumplir con el deber de informar a la audiencia y conservar la integridad física. Asisten entonces en grupo a cumplir con su deber, negándose a hacer reportería en las condiciones que consideran peligrosas. Esta modalidad es sin duda *sui generis* en el ejercicio del periodismo en Colombia.

Sin embargo, los actores principales del conflicto político no son los únicos que generan preocupación. Los periodistas dicen que continúan las amenazas contra su vida, no sólo por parte de actores del conflicto político, sino principalmente por parte de los corruptos o “delincuentes de cuello blanco”, que han integrado la violencia a su forma de vida y en ocasiones deciden resolver las diferencias con los periodistas utilizando esta modalidad.

Pero por desgracia, sigue habiendo una alta impunidad en el asesinato de periodistas. Orlando Sierra, el Subdirector del Diario La Patria de Manizales asesinado en 2002 decía en forma premonitoria: “La gente mata a la gente no porque la condena que implica cometer un crimen sea mínima, lo hace porque no hay justicia para hacérselo pagar” (Ramírez, 2005).

Aunque el Gobierno Nacional ha diseñado un programa de protección para los periodistas, la realidad parecería sugerir que la delincuencia aún le lleva bastante ventaja a las autoridades, sobre todo en las regiones, en donde se han detectado vacíos importantes en las estrategias de seguridad, y se siguen contabilizando asesinatos de comunicadores y un número creciente de amenazas. El informe de la Fundación para la Libertad de Prensa da cuenta de 2 asesinatos en Cúcuta (Julio

Palacios, el 11 de Enero) y Magangué (Rafael Prince, el 19 de febrero), 64 amenazas y 103 agresiones contra la libertad de expresión en 2005 (FLIP, 2006).

### Bibliografía

- AFACOM (2005). Facultades de Comunicación Social-Periodismo en Colombia. Bajado Diciembre 15, 2005. <http://www.afacom.org/noticias/noticias.htm>
- Aguirre, J. (1990). Perfil ocupacional de los periodistas de Caracas. Federal. *Revista Comunicación*, 696-17.
- Aldana S. & Gómez, R. (2004). Quiénes somos? Hacia dónde vamos? Perfil del trabajador de la prensa: Diagnóstico de la realidad profesional de periodistas y trabajadores de prensa en Paraguay. FELAFACS
- Arroyave, J & Blanco, I. (2004). Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación. Ponencia presentada a la Segunda Conferencia de las Américas: Periodismo y Equidad. FELAFACS y Universidad de Miami, Miami, FL, Agosto 15 -17
- Arroyave, J, Gill, J., & Blanco, I. (2006 Junio). Latin American Journalists' Perceptions of the Profession: Between Exhaustion and Fascination. Ponencia aceptada ante la División de Periodismo del Congreso de la International Communication Association, (ICA) que se llevará a cabo en Alemania de junio 19 al 23 del 2006.
- Arroyave, J. & Hughes, S. (2004, October), Market-Driven Journalism and Tabloidization of Mainstream Mexican TV News. Ponencia presentada al XXV International Congress of the Latin American Studies Association, Las Vegas, NV. USA.
- Arroyave, J. & Hughes, S. (2004, Abril). Wither the Public Sphere? The consolidation of Tabloid Content and Techniques in Mexico's Prime-Time Newscasts. Ponencia presentada al Broadcast Education Association (BEA). Las Vegas, NV, April 16- 18
- Barrios, M. M. & Obregon, R. (200?).
- Benassini, C. (2001).Escuelas de comunicación en México: Realidad o imaginario social? *Diálogos de la Comunicación*, 51, 42-51.
- Cardona , A. (2004). La situación laboral de los periodistas en Colombia. Revista El Pulso del Periodismo. Retrieved on July 8, 2004. <http://www.pulso.org/Espanol/Nuevos/periodColo031204.htm>.

- FELAFACS (2005) Informe sobre las facultades de Comunicación Social – Periodismo en América Latina. Bajado en Diciembre 15, 2005.  
<http://www.felafacs.org/>
- Fox, E., & Waisbord, S. (Eds.) (2002). Latin politics: Global media. Austin: University of Texas Press.
- Fox, E. (1997) [Latin American Broadcasting: From Tango to Telenovela](#). University of Luton, Luton (UK).
- García, C. (2003). Televisión como espectáculo. Ponencia presentada al XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, San Juan de Puerto Rico, October 5-8.
- Inter-American Press Association. (2005, Oct. 11). IAPA General Assembly issues conclusions on state of press freedom in the Americas. Retrieved on October 11, 2005. [www.sipiapa.org/pressreleases/chronologicaldetail.cfm?PressReleaseID=1492](http://www.sipiapa.org/pressreleases/chronologicaldetail.cfm?PressReleaseID=1492).
- Hallin, D.C. (2000). La Nota Roja: popular Journalism and the transition to democracy in Mexico. In C. Sparks & J. Tulloch Eds. Tabloid tales: Global debates and media standards. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Herrán, M. T. & Restrepo, J. D. (1992). Más allá del deber. Fundación Nuevo Periodismo: Colombia.
- Hughes, S. & Lawson, C. (2004). Propaganda and crony capitalism. Partisan bias in Mexican television news. *Latin American Research Review*, 39(3), 81-105.
- Inter-American Press Association. (2005, Oct. 11). IAPA General Assembly issues conclusions on state of press freedom in the Americas. Retrieved on October 11, 2005. [www.sipiapa.org/pressreleases/chronologicaldetail.cfm?PressReleaseID=1492](http://www.sipiapa.org/pressreleases/chronologicaldetail.cfm?PressReleaseID=1492).
- Lozano Rendón, J.C. (2003). Espectacularización de la información en los noticieros televisivos mexicanos. Ponencia presentada al XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, San Juan de Puerto Rico, October 5-8.
- Martini, S. (1999). El sensacionalismo y las agendas sociales. *Revista Diálogos de la Comunicación* 58 54-65.
- Pedroso, R. (1994). Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista. *Comunicación y Sociedad*. 21 139-157.
- Raúl Martínez, O. (2000). La formación profesional del periodista. *Revista Mexicana de Comunicación*. 27 8-13.

Restrepo, J.D. (2004 ). El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística. Fondo de Cultura Económica: Argentina.

Silverman, D. (2001). Interpreting qualitative data (2nd ed.). Sage Publications: London.

Torrico Villanueva, E. (2002). El sensacionalismo: Algunos elementos para su comprensión y análisis. Sala de Prensa VI, Vol 2. Retrieved on July 8, 2004. <http://www.saladeprensa.org/art347.htm>.