



**UNIVERSIDAD
ALBERTO HURTADO**
ESCUELA DE PERIODISMO

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Informe de Resultados

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Programa de Investigación de Medios
Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado

Santiago de Chile
Diciembre de 2015

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

1. Introducción

Durante el año 2015 se realizó el estudio sobre el Estado del Periodismo Nacional, patrocinado por la Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado en el marco del Programa de Investigación de Medios. Esta investigación tiene por objetivo constatar la realidad de los Periodistas en el ejercicio de su profesión en las dimensiones ética, laboral, tecnológica y económica. A partir de estas dimensiones se espera describir los principales problemas y necesidades de los Periodistas, así como también los elementos positivos propios de las innovaciones en el campo de la comunicación, como por ejemplo, la inclusión de nuevas tecnologías en el trabajo.

Estas dimensiones fueron construidas a partir de la revisión de los estudio previos realizados desde 2004 por la misma casa de estudios, operacionalizando el instrumento ya existente y construyendo estas 4 dimensiones como las principales en la práctica profesional de los Periodistas. La metodología utilizada fue cuantitativa, diseñando y aplicando una encuesta tanto a medios de Santiago como de regiones, para catastrar un amplio panorama de visiones y percepciones sobre el objetivo de la investigación.

A partir de esta investigación, se espera caracterizar los aspectos positivos y negativos del ejercicio profesional de los Periodistas en nuestro país, con la finalidad de aportar un insumo para el mejoramiento de las condiciones laborales de los profesionales, así como también las condiciones de entrega informativa que actualmente existen en cuanto a libertad de tratamiento temático, posibles presiones políticas o económicas, etc.

A modo introductorio, se puede mencionar que una de las dimensiones más influyentes en la mayoría de los aspectos de la práctica laboral y de la entrega informativa es la económica, con un alto impacto en las respuestas de los participantes. Otra de las dimensiones que surgió como relevante para la realidad de los Periodistas, es la tecnológica, ya que aporta en aspectos positivos como la democratización de la información, mayor cobertura, inmediatez, etc. Pero también aspectos negativos como: baja calidad de la información entregada, ausencia de fuentes y/o chequeo de veracidad de la información. En ese sentido, es una dimensión que genera controversias, puesto que aporta con aspectos positivos y negativos a la práctica del Periodismo nacional.

2. Metodología

EL diseño metodológico del estudio es eminentemente cuantitativo, pues según los requerimientos de los estudios anteriores, era preciso la utilización de una encuesta que abarca un gran número del Universo propuesto (1.119) y, junto con ello, poder operacionalizar los datos mediante variables objetivables y respaldadas estadísticamente.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

2.1 Objetivos

EL objetivo principal del estudio es:

Conocer las condiciones de ejercicio de la profesión según las dimensiones: económica, ética, tecnológica y laboral.

2.2 Herramienta de recolección de datos

La investigación es de tipo transversal, puesto que está diseñado: “[...] *para estudiar un fenómeno en un momento determinado y analizar ese momento con detalle*” (Babbie, 1996, pág. 129). En este caso se estudiará la percepción de los Periodistas sobre el estado actual del ejercicio de la profesión en las dimensiones mencionadas en el objetivo.

La metodología seleccionada es cuantitativa, ya que se utilizó una encuesta para la recolección de datos, además, se espera representar a una población de gran tamaño (1.119 periodistas) utilizando una muestra de 289 casos, a través de un muestreo probabilístico, cuyo principal objetivo es: “[...] *seleccionar un conjunto de elementos de una población de tal forma que las descripciones de esos elementos (estadísticos) representen exactamente los parámetros de la población total de la cual son seleccionados esos elementos*” (Babbie, 1996, pág. 259).

El cálculo fue hecho en base a un nivel de confianza de 95%, con un error muestra de -5% + 5%. Esto quiere decir que los resultados obtenidos podrán ser extrapolados al total del universo con el margen de error y nivel de confianza señalados anteriormente. A continuación, se detalla la fórmula utilizada para el cálculo de la muestra, extraída del libro “Metodología de investigación social” de Hernández Sampieri (2010).

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Universo (U)	Muestra (n)	Error (e)	Nivel de confianza (Z)	Varianza (p)
1.119	286	0,5 = +/- 5%	1,96= 95%	0,5

Tabla n° 1. Fuente: Elaboración propia a partir de Metodología de investigación de Hernández Sampieri (2010).

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

2.3 Aplicación

La aplicación del instrumento se realizó en tres etapas:

- Encuesta web: En una primera etapa se utilizó un software de encuesta online (Google) para enviar a los Periodistas de la muestra, quienes a través de un formulario desplegable respondían las preguntas. El envío del formulario se realizó a través del correo electrónico, fue necesaria la creación de una base de datos de periodistas de medios de comunicación. Para esta tarea, se contó con la colaboración de los propios medios, que entregaron la información para que sus periodistas pudieran participar del estudio.
- Encuesta en redes sociales: en una segunda etapa se recurrió a las redes sociales para solicitar la contestación de la encuesta (Facebook, Twitter, etc.)
- Encuesta presencial: finalmente se utilizó un canal de aplicación presencial, contactando directamente a los posibles encuestados de la muestra para una visita pactada, donde se aplicó el instrumento.

Dentro de los inconvenientes de cada una de las etapas, podemos considerar:

En la encuesta web debe tomarse en consideración la movilidad laboral y la falta de actualización de las bases de datos de los medios. Si bien en la mayoría de ellos no fue difícil contactar con quienes podían entregar la información de los periodistas, no siempre esta se encontraba actualizada. Además, durante 2015 se produjo un fuerte movimiento entre los profesionales del sector, sobre todo en televisión, por lo tanto los correos institucionales se alteran y las posibilidades de contactar con la planta real de los medios se ve supeditada a una acción constante de contrastación de datos con los medios.

La encuesta en redes sociales resultó ser una alternativa natural considerando la alta utilización de esas herramientas por parte de los profesionales de medios de comunicación. Esta estrategia permitió ampliar el espectro de búsqueda y suplir la falta de actualización de las bases de datos proveídas por las empresas de medios.

La encuesta presencial fue el mecanismo preferido por los estudios realizados anteriormente. En esta quinta versión del estudio, fueron muy pocos profesionales quienes eligieron esta forma de recolección de información, mayoritariamente porque la presencia de los investigadores en sus salas de redacción u oficinas les quitaba más tiempo de sus labores habituales, por lo tanto preferían responder la encuesta en línea programando su horario. Además, respondiendo personalmente las encuestas, varios dejaron algunas preguntas sin responder, comentaron ampliamente donde no se les pedía hacerlo (incluso dejando mensajes al margen de las páginas) o ampliaron la gama de posibilidades de respuesta fuera de lo programado, invalidando sus resultados.

3. Resultados y análisis

3.1 Caracterización general de los encuestados

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

En términos generales, la distribución de los encuestados en cuanto a la variable sexo es bastante similar, teniendo un 49% de la muestra correspondiente a hombres y un 51% a mujeres, tal y como muestra el siguiente gráfico:

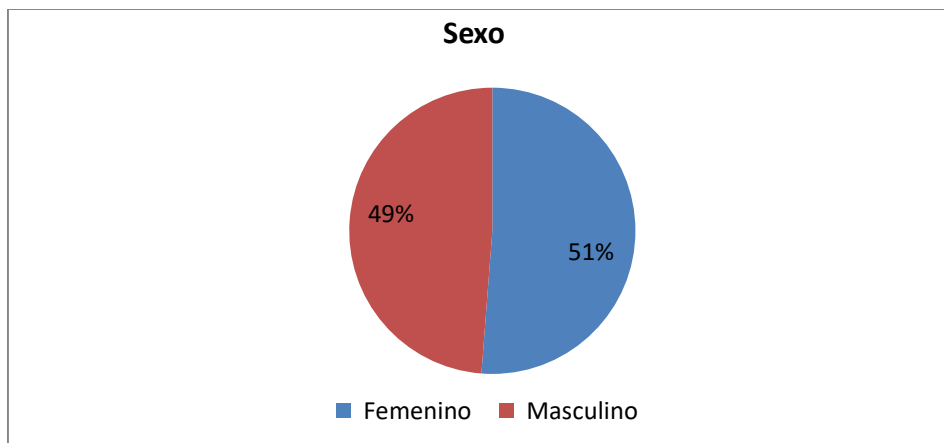


Gráfico n° 1. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

Por otro lado, la distribución de los encuestados según su edad, sitúa a una gran mayoría (65%) en el rango de 30 a 49 años, seguido de los profesionales jóvenes entre 23 y 29 años. Estos dos grupos concentran la mayor cantidad de encuestados, siendo el atributo que funciona como mediana el valor “2” (30 a 49 años), así lo muestra la siguiente gráfica:

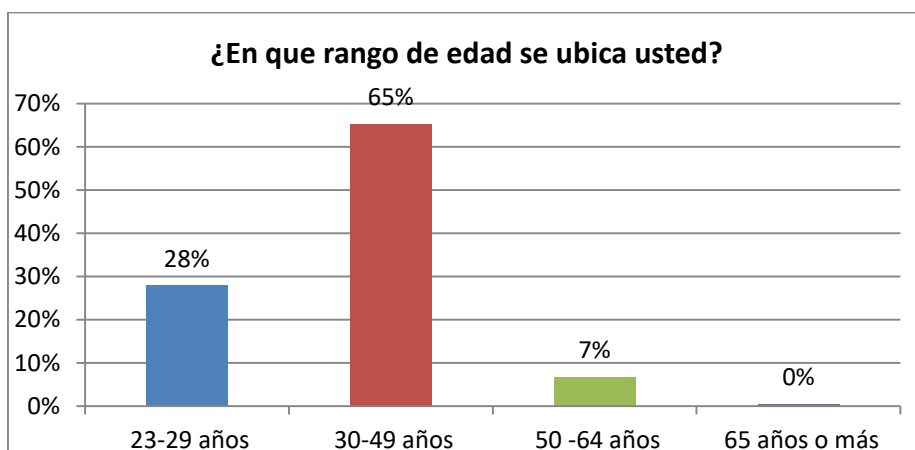


Gráfico n° 2. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

El mercado laboral donde se desempeñan los Periodistas es muy variado, siendo los diarios el lugar donde mayoritariamente se encuentran trabajando quienes respondieron la encuesta (33%). Sin embargo, los porcentajes están distribuidos en forma equitativa entre Radio (17%), Televisión (16%) y Medios online (23%), quedando en último lugar las Revistas con tan solo un 11%. Destaca el incremento del porcentaje de participantes que se desempeñan en Medios online, sugiriendo un aumento del sector, a la vez que una incorporación a las dinámicas tradicionales de ejercicio profesional.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

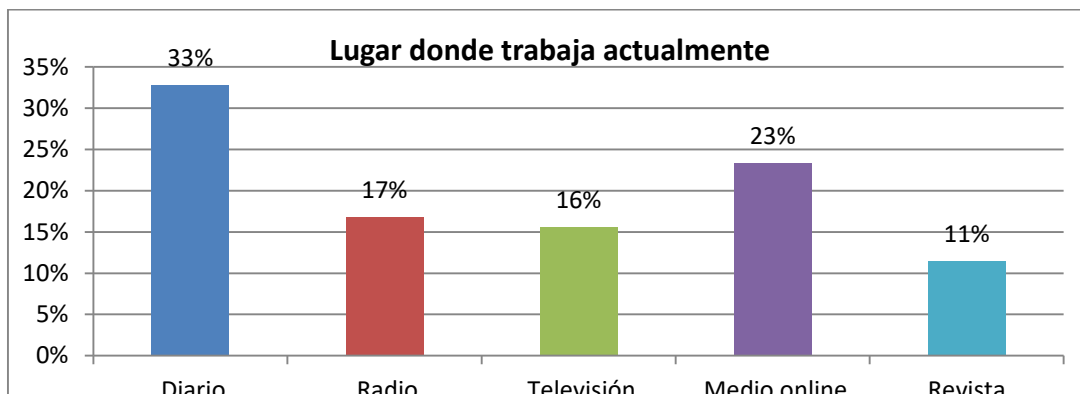


Gráfico n° 3. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

Siguiendo en la línea del mercado laboral, los Periodistas encuestados han tenido una relativa estabilidad en sus trabajos, puesto que los valores más altos se encuentran en los atributos “1 - 2 lugares” (26%) y “2-4 lugares” (40%), mientras que los Periodistas que han trabajado en 8 o más lugares tan sólo alcanzan un 8%.

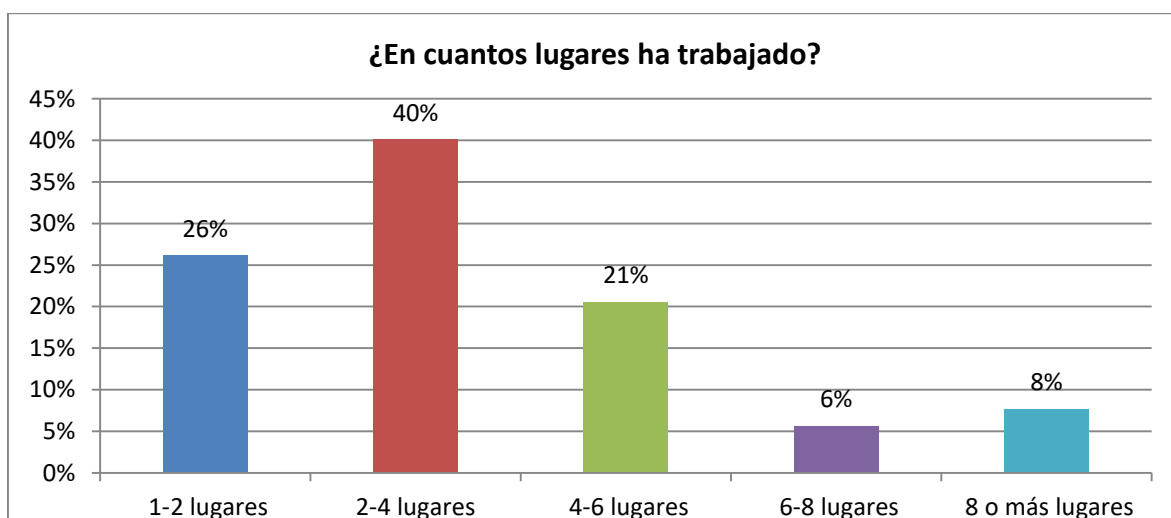


Gráfico n° 4. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

3.2 Dimensión económica

La dimensión económica tiene que ver con todos aquellos problemas relacionados con el mercado económico nacional y que están afectando la labor de los Periodistas durante el ejercicio diario de su profesión, a saber: remuneraciones, preponderancia de los beneficios económicos por sobre la calidad del trabajo, preponderancia de temas específicos que no son relevantes para el país, pero que sí generan beneficios económicos, etc.

En ese sentido, la dimensión económica es una de las que genera mayor conflicto en el ejercicio de la profesión, puesto que los encuestados creen que este es uno de los mayores

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

problemas del periodismo (66%), dejando esta problemática por sobre otras como “Cobertura y calidad de la información”, “Tecnológico” y “Éticos” con un 23%, 1% y 10% respectivamente.

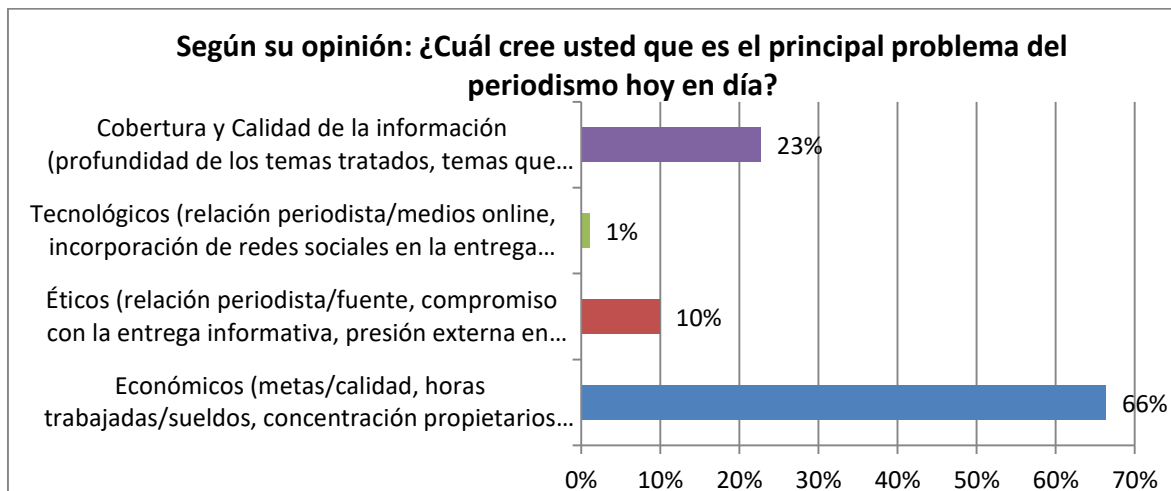


Gráfico n° 5. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

Es por ello que indagar en esta dimensión se hace de vital importancia, puesto que es una de las problemáticas que aqueja a la gran mayoría de los Periodistas encuestados.

3.2.1 Pluralidad ideológica de los medios

Esta sub dimensión hace alusión a la propiedad de los medios en Chile y la diversidad de líneas editoriales que los caracterizan. En ese sentido, se les consultó a los encuestados respecto de la regulación en los medios de comunicación, para garantizar una pluralidad en el acceso a la información. En una primera instancia el 43% de los encuestados está Muy de acuerdo en que exista una regulación transversal de los medios de comunicación, sumado a ello un 23% está de acuerdo con la frase, mientras que solo un 6% se manifiesta muy en desacuerdo con esta regulación.

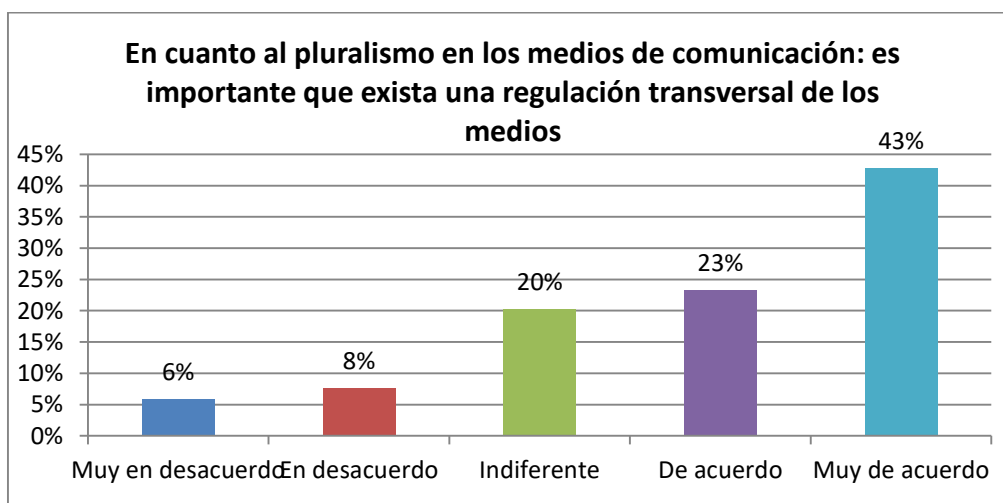


Gráfico n° 6. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

A diferencia del gráfico n° 7, donde una evidente mayoría está de acuerdo por una regulación transversal de los medios de comunicación, el gráfico n° 8 muestra una opinión dividida sobre una regulación estatal a la propiedad de los medios. Donde un 29% y 16% están “Muy de acuerdo” y “De acuerdo” en que exista tal regulación, un alto porcentaje se encuentra indiferente frente a esta situación (27%). Sigue siendo mayor el porcentaje de las personas que están de acuerdo versus las que están en desacuerdo con la propuesta de esta medida. Sería interesante indagar cuáles son las razones de la negativa ante la posibilidad de regulación estatal de los medios de comunicación.

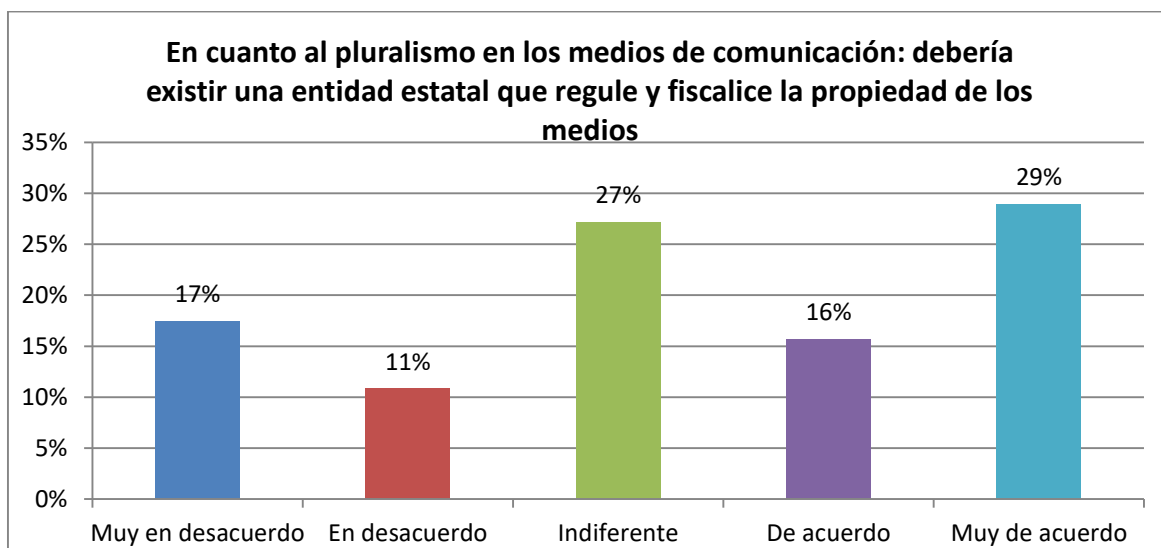


Gráfico n° 7. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Finalmente, respecto de los medios de comunicación estatales, los encuestados se encuentran divididos en su opinión, ya que un 28% no está de acuerdo con que un medio de comunicación estatal sea favorable para el medio periodístico, mientras que un 25% está indiferente frente a la situación. Sin embargo, al igual que en los gráficos el porcentaje mayoritario (20% y 27%) están “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” con que un medio estatal sea favorable para el Periodismo.

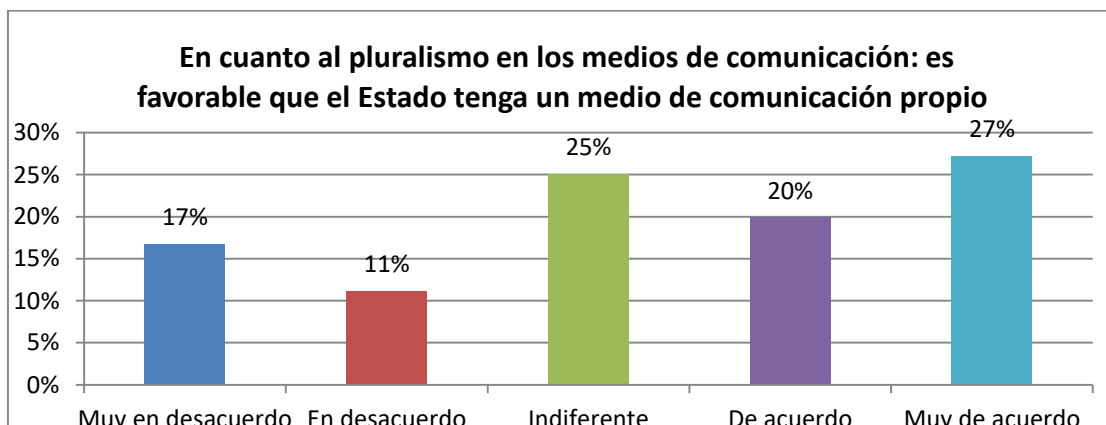


Gráfico n° 8. Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

3.2.2 Condiciones laborales

Respecto de las condiciones laborales, los salarios de la muestra encuestada son variados, ya que ningún rango supera el 20% de la muestra, siendo los porcentajes más altos el rango que va desde \$500.001 - \$700.000 (18%), el de \$700.001 - \$900.000 y el de \$1.900.001 y más (15%), lo cual demuestra la diversidad que existe en la distribución salarial de los Periodistas.

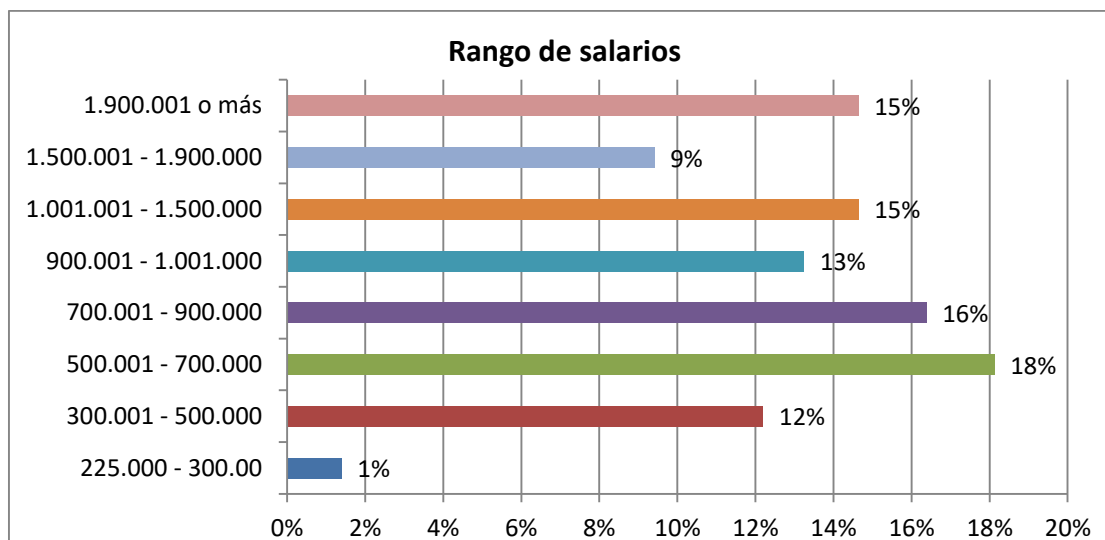


Gráfico n° 9. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Respecto de esto último, la distribución de los salarios cruzado con la variable sexo entrega los siguientes resultados:

Sexo	Sueldos	\$225.000 - 300.000	300.001 - 500.000	500.001 - 700.000	700.001 - 900.000	900.001 - 1.001.000	1.001.001 - 1.500.000	1.500.001 - 1.900.000	1.900.001 o más	
Mujer	% de mujeres	2%	16%	21%	18%	14%	12%	5%	12%	100%
Hombre	% de hombres	0%	8%	15%	14%	13%	18%	14%	18%	100%

Tabla N° 2. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015. ¹

En la tabla se puede apreciar que aún existen diferencias salariales importantes entre hombres y mujeres, puesto que los hombres se concentran en el rango de salarios más altos (desde \$1.001.000 a 1.900.000 y más) mientras que las mujeres concentran su rango salarial entre los valores más bajos de la tabla de sueldos (desde \$300.001 a \$900.000), demostrando que al día

¹ Chi cuadrado de Pearson = 0,023, por tanto, existe asociación estadísticamente significativa, ya que el valor es menor a 0,05.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

de hoy se sigue manteniendo una distinción salarial por sexo, siendo las mujeres las perjudicadas por estas diferencias.

3.2.3 Metas económicas y ejercicio de la profesión

Respecto de las metas económicas, se puede decir que un 26 % de los encuestados cree que existe demasiado énfasis en los resultados económicos, además un 23% menciona que existe una impronta mayor por buscar público antes que calidad en el trabajo periodístico.

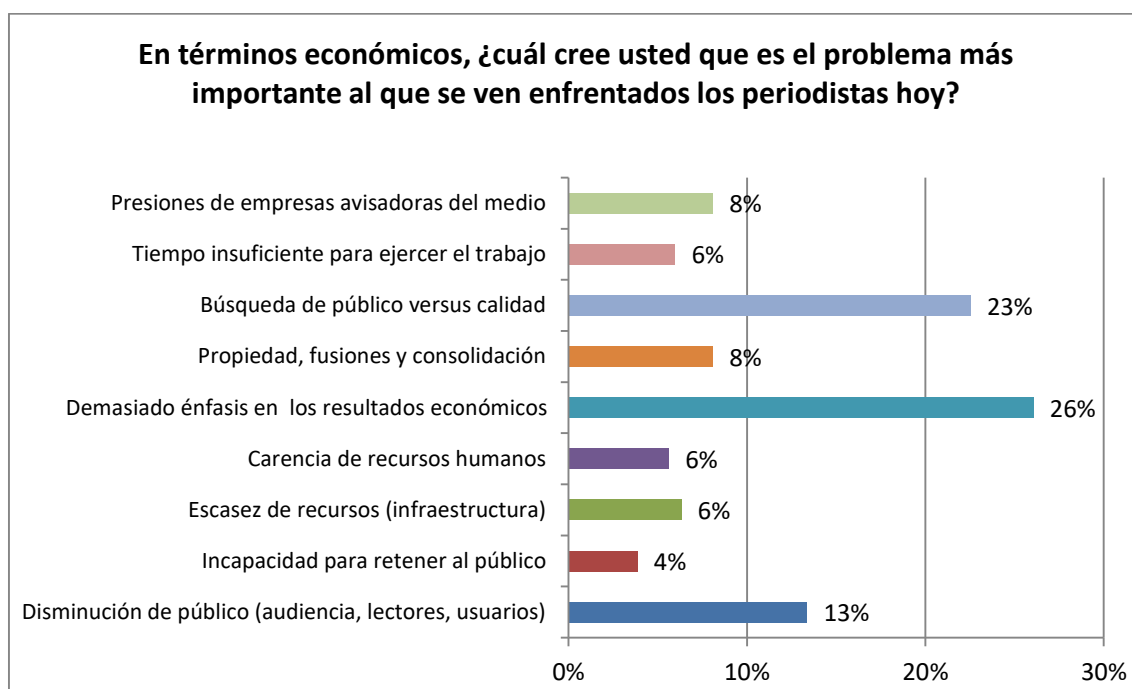


Gráfico n° 10. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

3.3 Dimensión tecnológica

Esta dimensión hace referencia a la influencia que ha tenido la inclusión de las tecnologías digitales en el trabajo periodístico, en aspectos como: la inmediatez de la información, presión al interior de la sala de prensa, veracidad de la información, etc.

Todos estos han cambiado de una u otra forma, la labor que realizan los Periodistas dentro de sus lugares de trabajo, determinando además una nueva concepción del trabajo periodístico, más rápido y cercano con el auditor.

3.3.1 Cobertura, profundización y uso de las tecnologías digitales

Uno de las consecuencias más críticas que ha tenido la inclusión de nuevas tecnologías al periodístico, ha sido la profundización que tiene la información que se entrega y las formas de chequeo de fuentes que se tiene.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

En ese sentido, frente a la aseveración de plagio en los medios digitales, la mayor parte de los encuestados está “De acuerdo” (31%) y “Muy de acuerdo” (41%) con que Internet favorece el plagio en la información que se entrega, así lo muestra el siguiente gráfico:

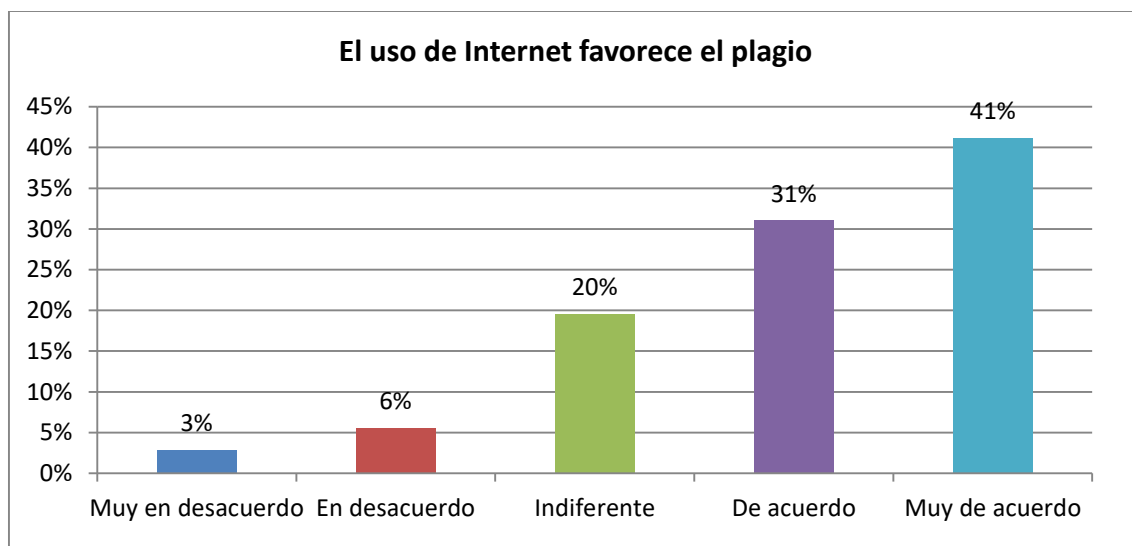


Gráfico n° 11. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Sumado a lo anterior, existe un consenso con que el periodismo online favorece la inclusión de contenido “chatarra”, esto porque un 36% está “Muy de acuerdo” con que el periodismo digital favorece el contenido “chatarra”, mientras que sólo un 7% está “Muy en desacuerdo” con la aseveración propuesta, así lo muestra el siguiente gráfico:

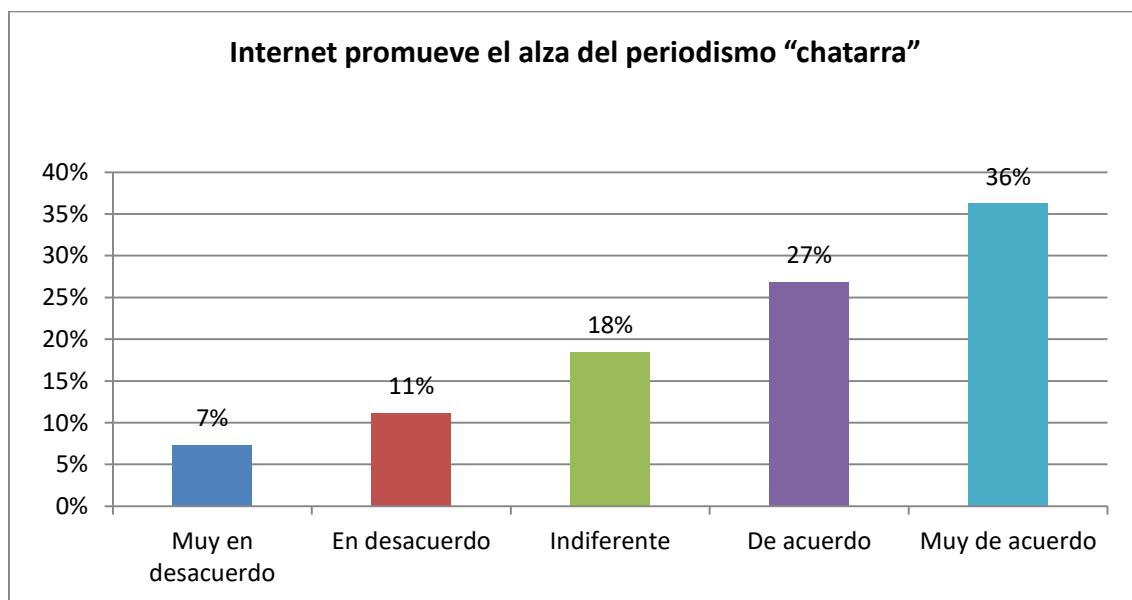


Gráfico n° 12. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

3.3.2 Rol del periodista en el uso de las tecnologías

Por otro lado, el periodismo digital no sólo tiene aspectos negativos, sino que también ha mejorado la forma de entender el ejercicio de la profesión, aumentando el contacto con la audiencia a través de una entrega de información constante e inmediata según los requerimientos del público, en ese sentido un 93% de los encuestados (“De acuerdo” y “Muy de acuerdo”) está de acuerdo con que el periodismo online ha favorecido la inmediatez y fluidez constante de la información.

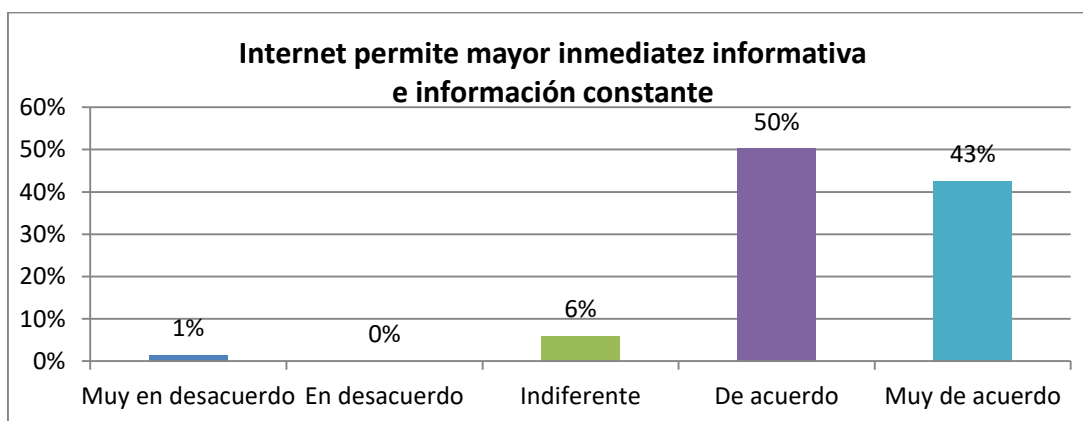


Gráfico n° 13. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Por último, es posible señalar que uno de los aspectos más positivos que se destacan en la inclusión de los medios digitales y el uso de internet como forma de información, tiene que ver con la accesibilidad del público a la información, ya que un 64% de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con que Internet ha permitido democratizar los medios de comunicación, puesto que se tiene más rápido y mejor acceso a la información disponible en todo el mundo.

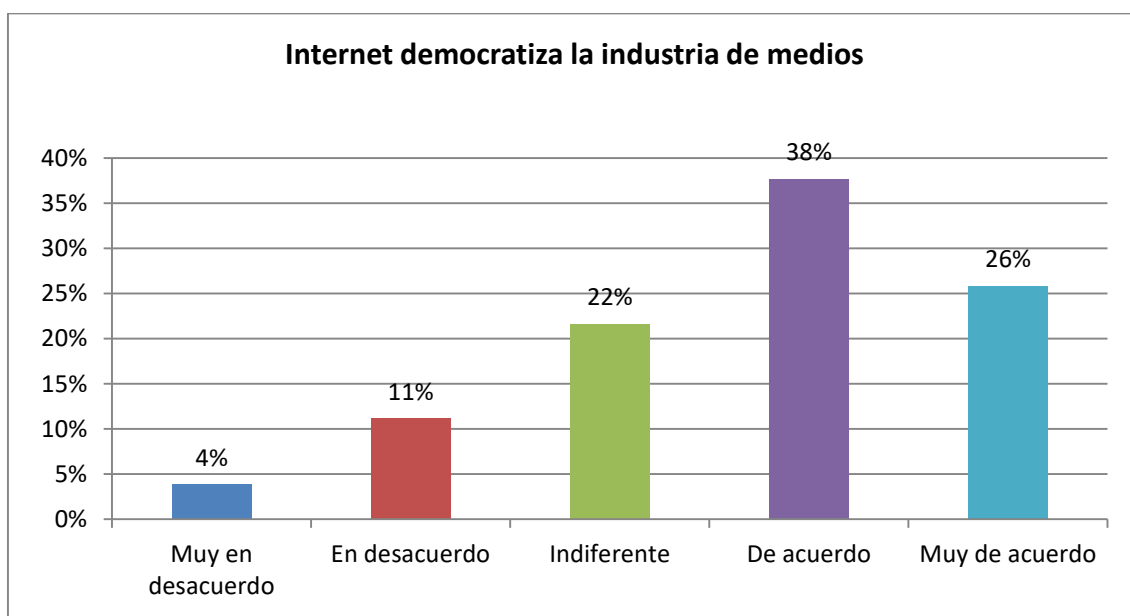


Gráfico n° 14. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

3.4 Dimensión ética

Esta dimensión tiene una gran importancia en el trabajo periodístico, puesto que determina en algunos casos cómo y qué se informa al público. En algunos casos los medios de comunicación vetan o potencian alguna información noticiosa atentando contra la ética de sus empleados. Es por ello que es importante relevar qué está pasando con los periodistas y su ética profesional.

3.4.1 Intervención del medio en la práctica profesional.

Respecto de la independencia informativa que tienen los periodistas, se puede observar claramente que la gran mayoría de los profesionales desconfía de la independencia que tiene su medio, puesto que los porcentajes más altos corresponden a las dos primeras categorías “Totalmente desconfiado de su independencia” (31%) y “Parcialmente desconfiado de su independencia” (37%).

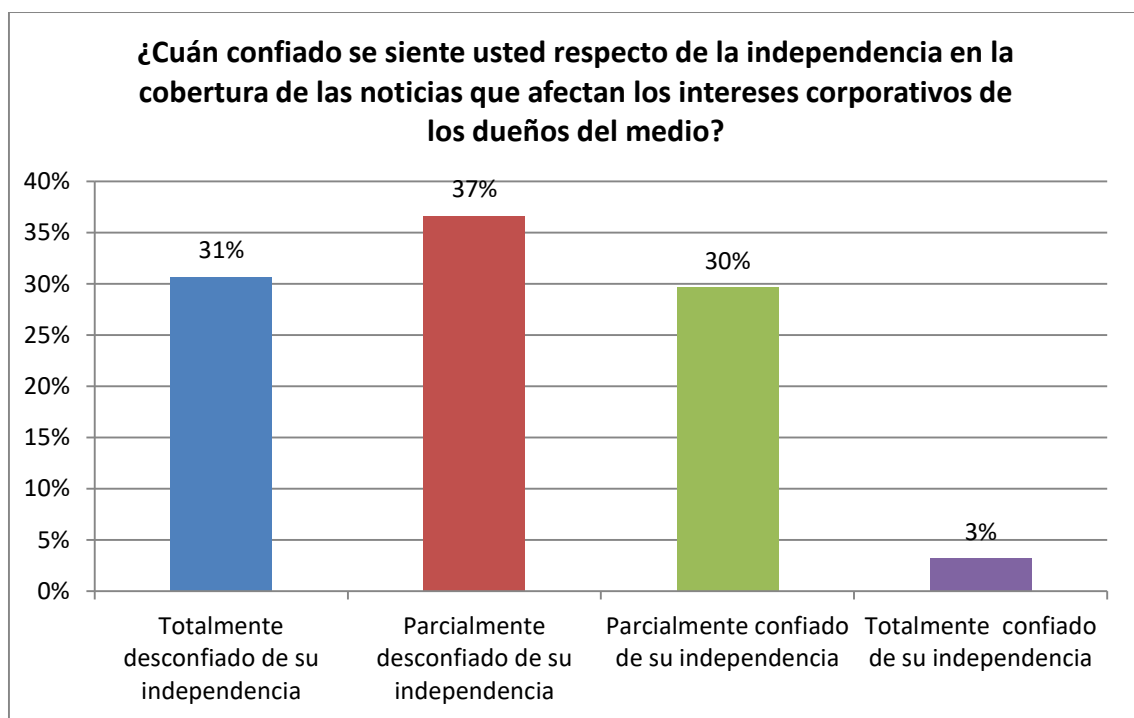


Gráfico n° 15. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

A pesar de que más de un 50% de los encuestados desconfía de la independencia de su medio de comunicación, existe un amplio porcentaje que declara que su medio no le ha impedido cubrir una noticia (36%), aunque esta afecte los intereses de sus dueños, y otro porcentaje amplio declara haber sufrido algún tipo de presión, pero en pocas ocasiones o casi nunca (30%).

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Esto parece contradictorio considerando que la mayoría de los encuestados cree que su medio no es independiente en las noticias que cubre, sino que más bien son presas de los intereses editoriales de sus dueños.

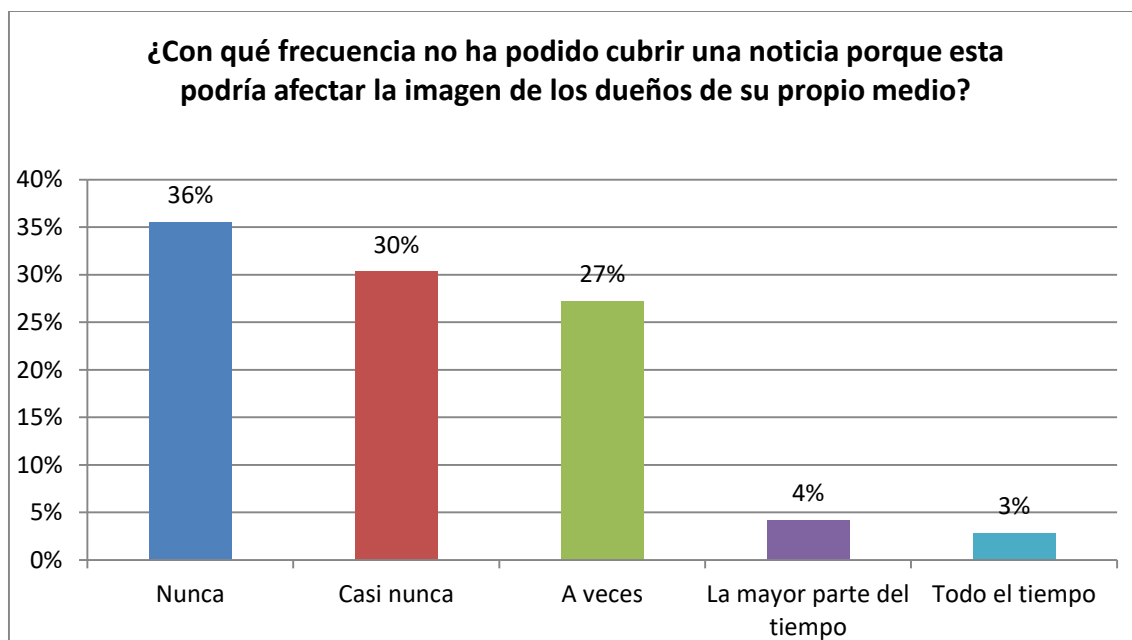


Gráfico n° 16. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

3.4.2 Compromiso con la entrega informativa

Con respecto al compromiso con la entrega informativa, se puede decir que existe una percepción de que las líneas editoriales de los medios no protegen a políticos o personajes públicos en la cobertura de sus noticias, ya que un 35% declara que nunca le ha tocado proteger a algún tercero, mientras que un 37% declara haberlo hecho en pocas ocasiones o casi nunca.

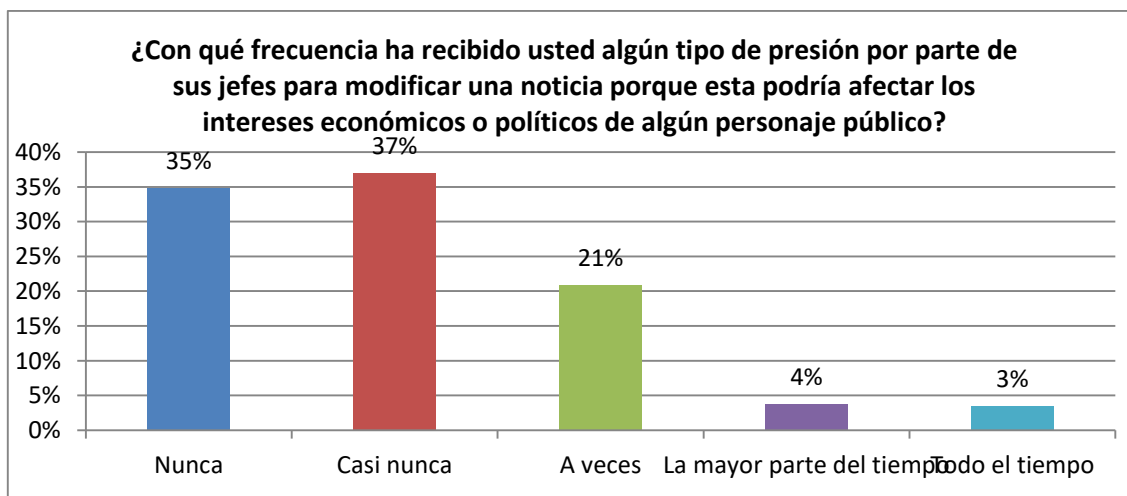


Gráfico n° 17. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Por otro lado, respecto de las líneas editoriales, los encuestados se encuentran divididos entre quienes aseguran que nunca han sentido que su línea proteja intereses de terceros (27%) y quienes creen haber recibido alguna vez presión de su línea editorial para cubrir los intereses privados externos (28%).



Gráfico n° 18. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

3.4.3 Relación periodista/fuente de información

Por último, en relación a las fuentes de información y el trabajo periodístico, los encuestados se encuentran divididos entre quienes creen que a pesar de que se está escuchando hablar más de plagio, su frecuencia no ha aumentado (48%), y quienes creen que el plagio ha aumentado (46%).

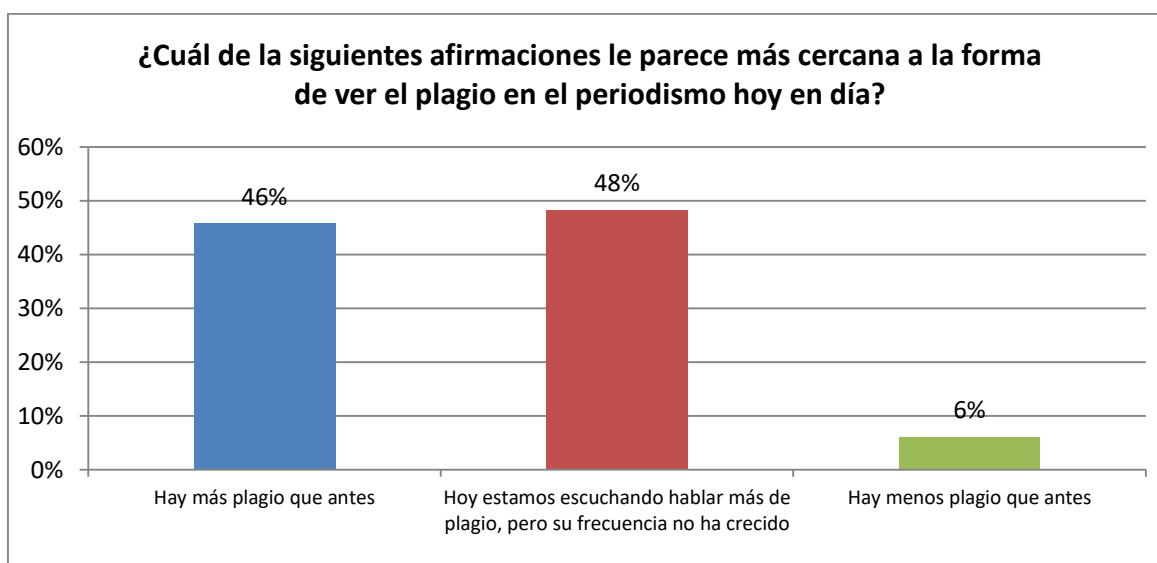


Gráfico n° 19. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

3.5 Dimensión de la práctica profesional

Es última dimensión aborda las percepciones de los encuestados sobre su práctica profesional y su opinión respecto del medio periodístico en general y su medio en particular. A través de ella se completa el ciclo de preguntas que fueron abordadas en la encuesta.

3.5.1 Percepción de la propia práctica

Uno de los ítems que se midió sobre percepción de la propia práctica, tiene que ver con las posibilidades de capacitación y/o formación complementaria que las empresas o medios de comunicación ofrecen a los periodistas. En ese sentido, sólo un 21% de los encuestados declara haber participado de algún proceso de formación proporcionado por su empresa, mientras que un 79% no recibió ninguna formación complementaria.

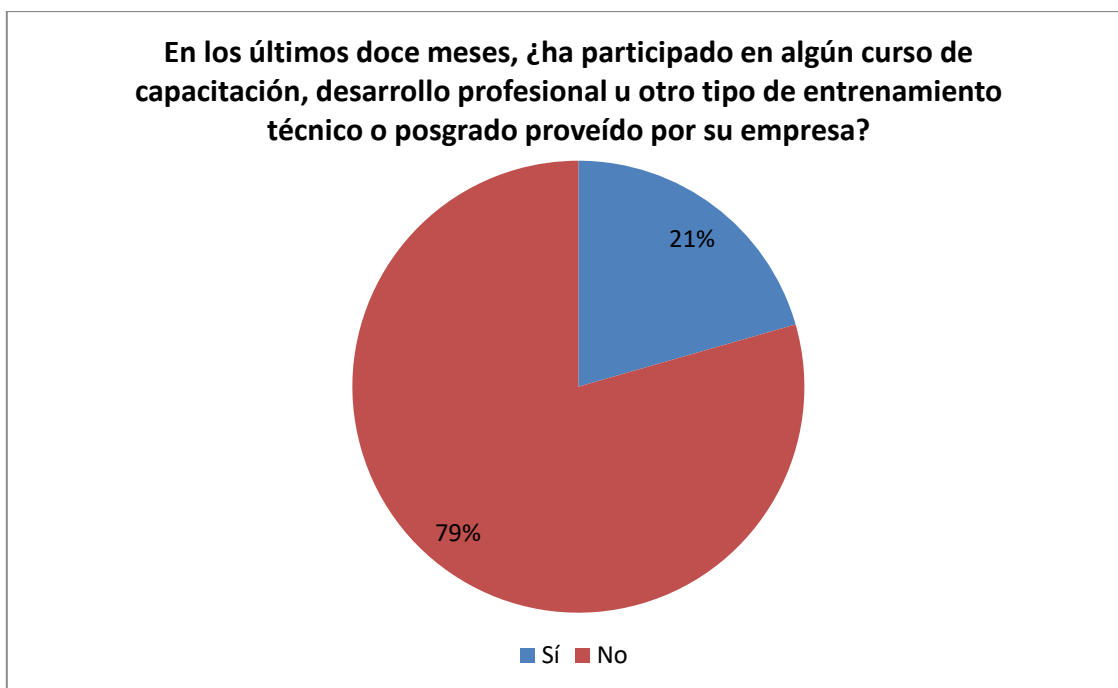


Gráfico n° 20. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Siguiendo la línea de lo anterior, de aquel 21% que recibió capacitaciones provistas por su empresa, estas fueron en su mayoría de inglés, marketing en medios digitales y comunicación corporativa.

Por otro lado, algunos de los programas más utilizados por la muestra encuestada, fueron: Office (Word), Millenium, Adobe, y Google Antalytics. Respecto de estos programas los niveles de usuario que declaran los Periodistas encuestados son los siguientes:



V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Programas utilizados	Nivel de usuario/a	Porcentaje (%)
Excel	Nulo	4,5%
	Bajo	28,6%
	Medio	47,0%
	Alto	19,9%
Word	Nulo	0,0%
	Bajo	3,1%
	Medio	17,8%
	Alto	79,1%
Power Point	Nulo	4,5%
	Bajo	12,9%
	Medio	33,1%
	Alto	49,5%
Herramientas de analítica web (Google Analytics, Chartbeat, Comscore, etc.)	Nulo	32,4%
	Bajo	26,8%
	Medio	26,1%
	Alto	14,6%

Tabla n° 3. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Como se observa en la tabla n°3, dentro de los 4 programas más utilizados por los Periodistas encuestados, en Excel, Word y Power Point, en su mayoría declaran tener un nivel de usuario/a alto, a diferencia de herramientas analíticas web, donde los porcentajes se dividen principalmente entre usuarios/as de nivel bajo (26.8%) y medio (26.1%).

Por último a modo de resumen de esta sub dimensión, se presenta un gráfico que detalla aquellos aspectos en que los periodistas sienten están realizando un buen trabajo profesional.

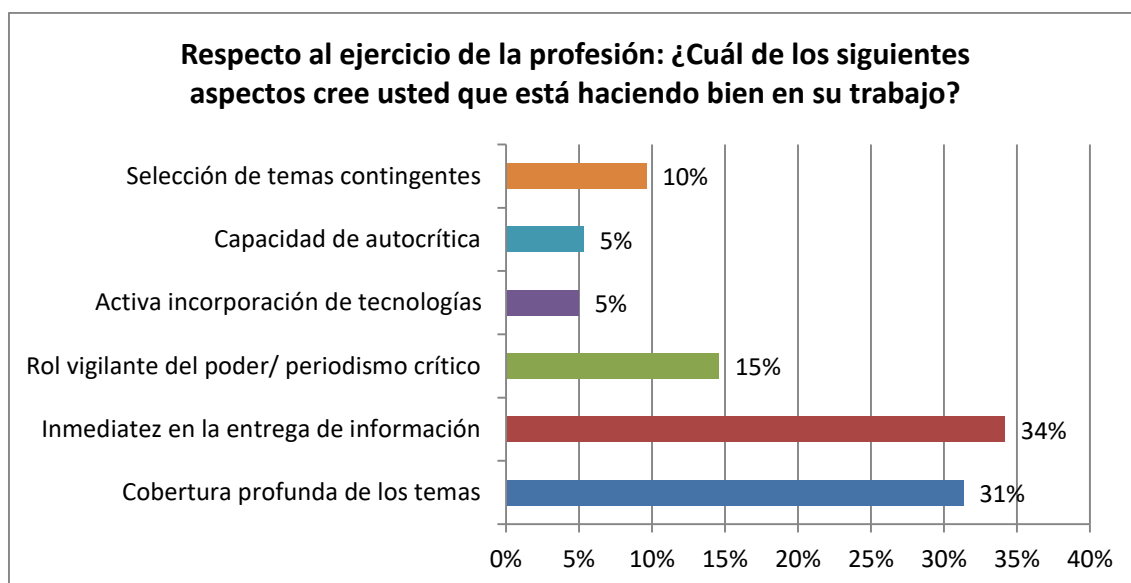


Gráfico n° 21. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Como señala la gráfica, los dos aspectos en que los Periodistas creen estar haciendo un buen trabajo son “inmediatez en la entrega de información” (34%) y “Cobertura profunda de los temas” (31%), mientras que los temas con menor porcentaje fueron “Capacidad de autocritica” (5%) y “Activa incorporación de tecnologías” (5%), esto último se puede ver evidenciado también en la tabla n°3 donde figuran sólo 4 programas como los más utilizados por los Periodistas, demostrando la poca incorporación de elementos tecnológicos a su quehacer diario.

3.5.2 Percepción del medio periodístico en general

En términos generales, los Periodistas encuestados creen que en términos de la calidad en la cobertura el principal problema es la “escasa investigación periodística” (35%), junto con el “sensacionalismo” (16%) y la “falta de precisión en el reporte” (15%).

Por otro lado los porcentajes más bajos, por ende, los problemas menos importantes para la calidad de la cobertura fueron la “mala calidad de la escritura” (4%) y la “carencia de objetividad” (4%).

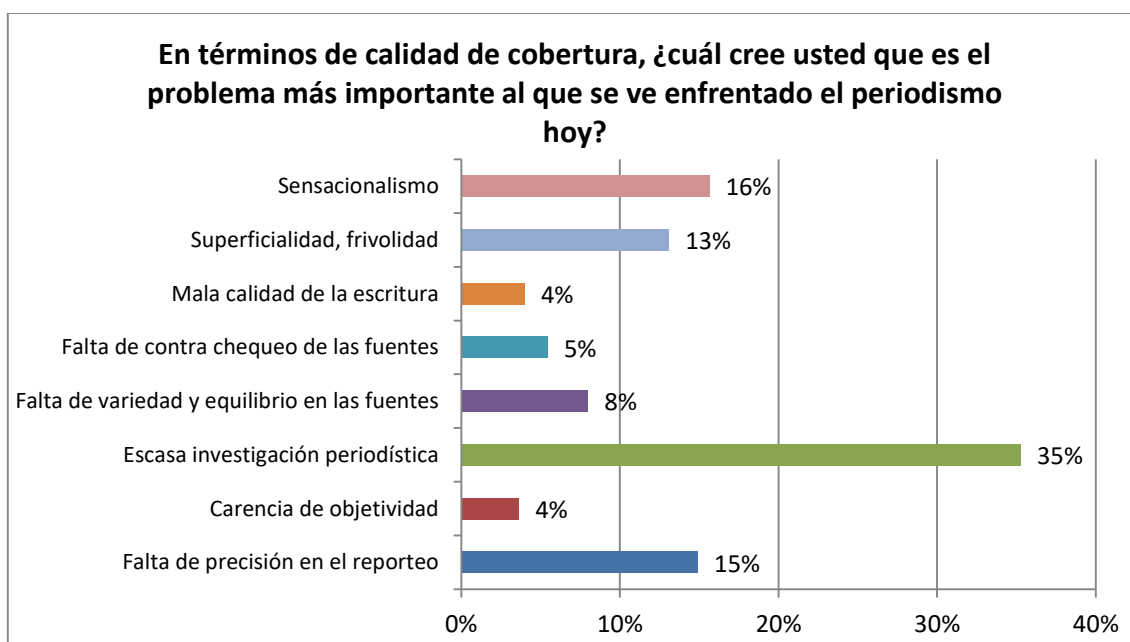


Gráfico n° 22. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Por otra parte, en términos económicos, existen dos problemas los cuales son mencionados como los principales, el primero de ellos es “demasiado énfasis en los resultados económicos” (26%) y el segundo es “búsqueda de público versus calidad” (23%), mientras que el problema que menor importancia tiene para los encuestados fue: “incapacidad para retener al público” (4%).

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

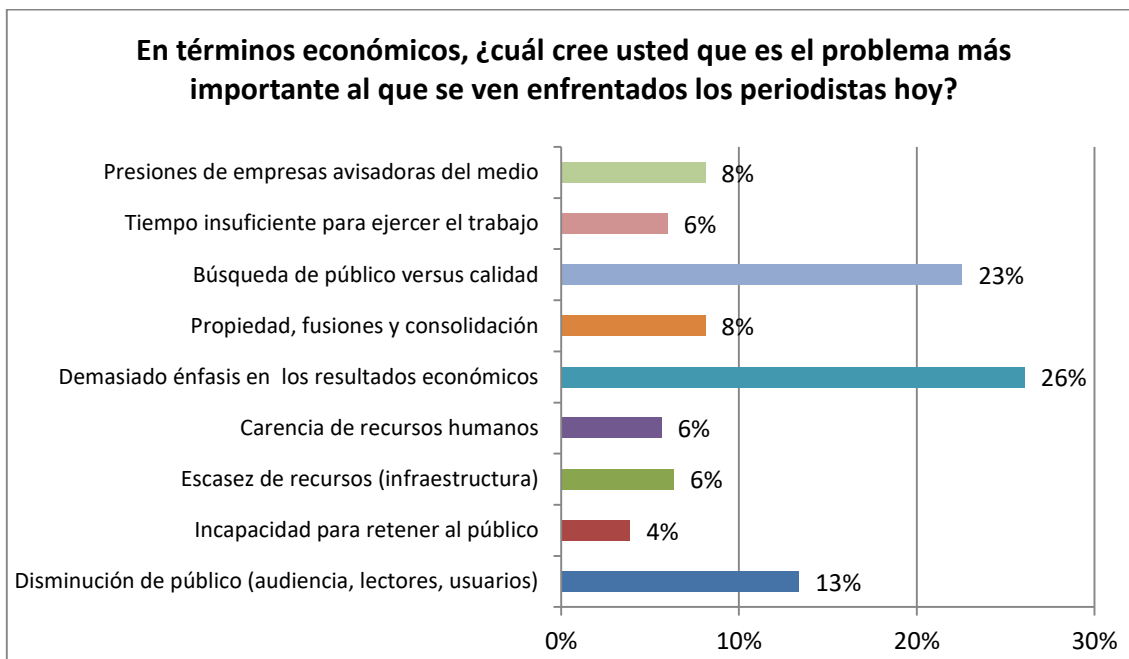


Gráfico n° 23. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

3.5.3 Percepción del medio en el cual trabaja

Por último, respecto de la percepción sobre el propio medio de comunicación donde trabaja, la muestra encuestada señala que su departamento de prensa tiene en general, una buena calidad de liderazgo, puesto que el 49% califica con la categoría “buena” dicha calidad, mientras que sólo un 4% califica la calidad de liderazgo como “muy mala”, lo que habla de una buena relación entre manos superiores y empleados dentro de los departamentos de prensa encuestados.

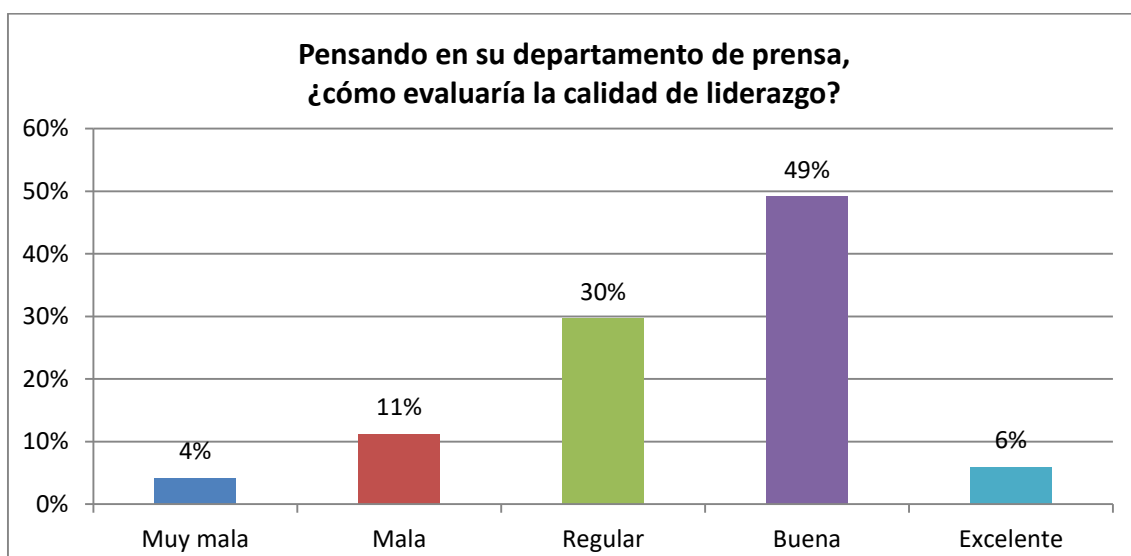


Gráfico n° 24. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

En ese sentido, respecto de las condiciones espaciales de la sala de prensa, un 43% de los encuestados señala que el tamaño de su sala de prensa no ha experimentado ningún cambio en los últimos dos años, mientras que un solo un 24% manifiesta que ha crecido.

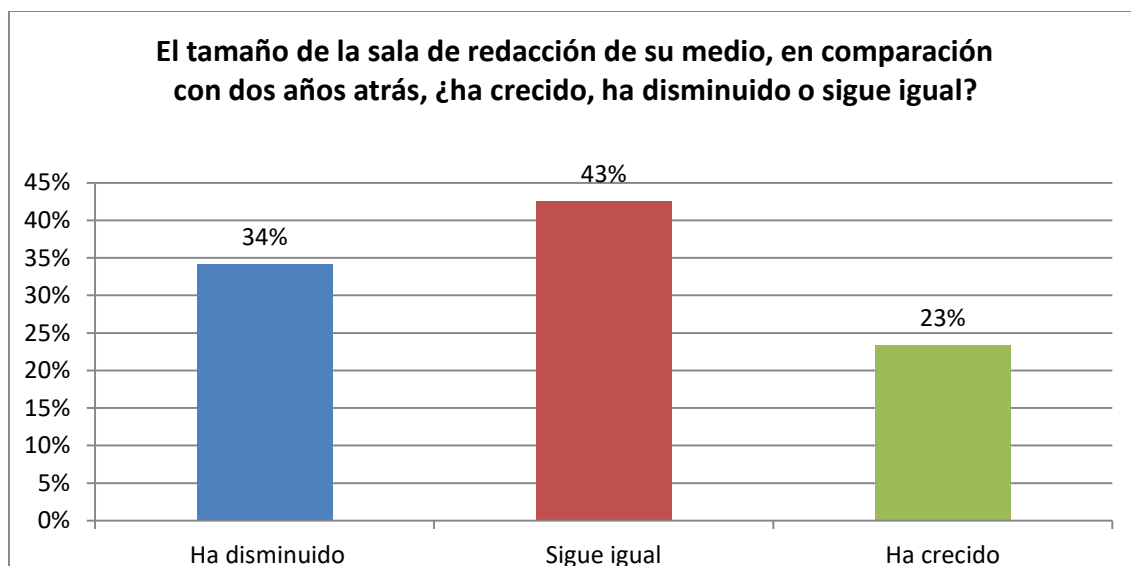


Gráfico n° 25. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015.

Por último, respecto de la relación de los periodistas con sus colegas free-lancers, se manifestaron de forma heterogénea respecto de la importancia de estos para su trabajo, ya que a excepción de la categoría “muy importante” (16%) el resto de las categorías (“Nada importante”, “ Poco importante” e “Importante”) estuvieron cercanas o en un 30% de preferencias, lo que da cuenta de un apoyo que tiene una leve tendencia a ser poco importante, pero que tiene un alto porcentaje de profesionales que consideran relevante el aporte de sus colegas independientes.

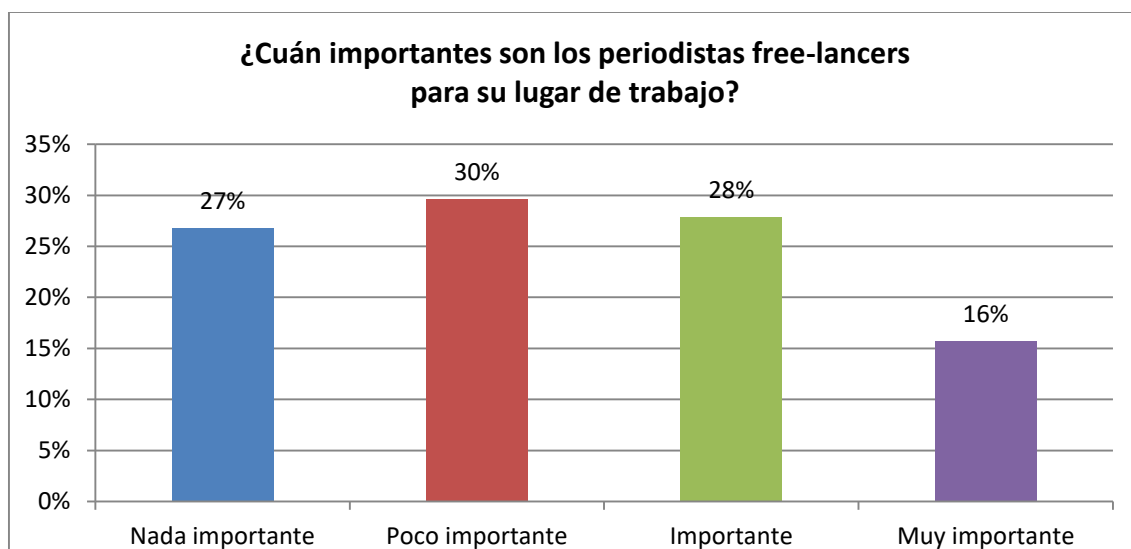


Gráfico n° 26. Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Estado del Periodismo 2015

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

4. Conclusiones

En términos generales, se puede concluir que de las dimensiones analizadas es la económica la que tiene mayor relevancia para la industria mediática. A la hora de analizar las preguntas, se ha podido constatar que la importancia de las metas económicas de las empresas de medios está por sobre el interés de entregar información de calidad a la audiencia, desde la perspectiva de los periodistas.

Por otro lado, esta dimensión influye de manera importante en el desarrollo del estudio en general, puesto que son los intereses económicos de las editoriales los que imprimen cierto tenor ideológico en las noticias. Esto último genera una producción de información en ocasiones sensacionalista, pero que produce gran cantidad de ganancias a los medios que las exhiben.

Siguiendo con lo anterior, se puede concluir que según los encuestados tanto la dimensión ética como la dimensión de práctica laboral se ven influenciadas por lo que ocurre con los intereses económicos de los dueños de medios de comunicación. En ocasiones son esos intereses económicos (relación con auspiciadores, dueños de otros medios y/o marcas) los que impiden que los periodistas puedan informar al público.

Además, la práctica laboral y los espacios de trabajo se ven influenciados por el movimiento económico del mercado, puesto que ello influye en la cantidad de periodistas que se requieren para un lugar de trabajo, en la posibilidad de incluir periodistas free-lance, etc.

Otra dimensión importante para el estudio es la tecnológica. Esta dimensión tiene una gran influencia en la práctica laboral de los Periodistas, puesto que ha permitido democratizar los medios de comunicación y acercar la información a una población más amplia. En ese sentido, existe un lado positivo como el mencionado anteriormente, pero también un aspecto negativo, que tiene que ver con el tipo de información que se proyecta. Esto porque, de acuerdo a lo planteado por los participantes del estudio, muchas veces la información que se entrega no tiene fuentes confiables o simplemente no tiene fuentes de información que certifiquen su veracidad, además, fomenta un tipo de información centrada en la entretención y el sensacionalismo, y disminuye la importancia de información relevante para la realidad nacional.

Otro de los aspectos importantes de esta encuesta, ampliamente conocido, pero siempre destacable, es la casi inexistente pluralidad ideológica de los medios de comunicación chilenos. En la mayoría de las respuestas se manifestaba una escasa pluralidad y falta de independencia de los medios de comunicación.

Por otro lado, es interesante mencionar que, si bien es cierto los encuestados abogan por una mayor pluralidad e independencia de los medios, no creen que el Estado es quien deba proveerla. La V Encuesta Estado del Periodismo Nacional reveló que los Periodistas no están de acuerdo con que el Estado tenga un medio de comunicación propio o que sea el encargado de regular la propiedad de los medios.



**UNIVERSIDAD
ALBERTO HURTADO**
ESCUELA DE PERIODISMO

V Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2015

Referencias bibliográficas

Babbie, E. (1996). *Manual para la práctica de la investigación social*. París: Desclée de Brouwer.

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de investigación social*. México: McGrawHil.