



Comunicación y Sociedad
ISSN: 0188-252X
comysoc@yahoo.com.mx
Universidad de Guadalajara
México

MELLADO, CLAUDIA; CASTILLO, MARCELO
Estructura de la asociatividad profesional en el campo periodístico: el caso de Chile
Comunicación y Sociedad, núm. 17, enero-junio, 2012, pp. 131-149
Universidad de Guadalajara
Zapopan, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34623149006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Estructura de la asociatividad profesional en el campo periodístico: el caso de Chile¹

Professional membership structure in the field of journalism:

The Chilean case

CLAUDIA MELLADO²

MARCELO CASTILLO³

Este estudio analiza los factores que explican la asociatividad entre los profesionales de la comunicación chilenos, así como niveles de satisfacción con el Colegio de Periodistas. Los resultados muestran bajos niveles de satisfacción con el actuar de la entidad, y muestran que la edad, la orientación política, el nivel jerárquico, la experiencia profesional y el factor geopolítico, son aspectos fundamentales que tienen efectos significativos en la colegiatura.

This study analyzes factors explaining professional membership amongst Chilean communication professionals, and their overall level of satisfaction with the Chilean Journalist Professional Society. The results show low levels of satisfaction with the organization's performance, and reveal that age, political orientation, hierarchy level, professional experience and geopolitical factors are fundamental aspects that have significant effects on affiliation.

PALABRAS CLAVE: Profesionales de la comunicación, periodistas, periodismo, asociatividad, Colegio de Periodistas.

Key words: Communication professionals, journalists, journalism, professional membership, Journalist Professional Society.

¹ Esta investigación recibió el financiamiento del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile (FONDECYT), Proyecto 1080066.

² Universidad de Santiago, Chile.

Correo electrónico: claudia.mellado@usach.cl

Avenida Ecuador 3650 Estación Central. Santiago, Chile.

³ Universidad de Santiago, Chile.

Correo electrónico: marcelo.castillo.s@usach.cl

INTRODUCCIÓN

En el imaginario del periodismo profesional, cinco han sido los valores ideales que a lo largo de las décadas le han dado legitimidad y credibilidad a su quehacer: servicio público, objetividad, autonomía, inmediatez y ética (Deuze, 2005, pp. 446-447). No obstante, muchos de esos valores vienen siendo puestos en duda alrededor del mundo, desafiados tanto por la irrupción de las nuevas tecnologías, como por los efectos de la economía global y la política (Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng & White, 2009).

La mayoría de dichos factores tienen directa relación con la autoregulación que quienes conforman la profesión puedan tener de su quehacer. En ese contexto, y dentro del fenómeno global de desinterés por pertenecer a agrupaciones gremiales, profesionales y asociativas de distinto tipo (World Values Survey, 2009), la capacidad asociativa de los periodistas alrededor del mundo ha sufrido un fuerte retroceso, perdiendo poder y visibilidad en la sociedad.

Las organizaciones asociativas responsabilizan de esta situación a la represión antisindical que impusieron las distintas dictaduras de la región, así como a la crisis global de participación y empoderamiento social. Las entidades académicas, en tanto, lo vinculan a una desvalorización general de la profesión periodística, así como a los fuertes cambios económicos y educativos que terminaron por alterar la tradicional relación periodistas/medios de comunicación, mermando la identidad profesional dentro de la actividad (Mellado, 2009a).

La perspectiva de los propios profesionales, sin embargo, ha sido omitida dentro de la discusión. En efecto, pese a las implicaciones que la falta de organización formal tiene en la construcción identitaria, en el estatus profesional y en el ejercicio de la actividad periodística diaria, la asociatividad no ha sido objeto de sistemáticas reflexiones y estudios en torno a los periodistas y el periodismo. Por ello, considerando las implicancias que las agrupaciones profesionales pueden tener en el desarrollo de cada campo/disciplina, así como la crisis identitaria que hoy enfrenta el periodismo en Latinoamérica (Aguirre, 1992; Mellado, 2009b, 2010; Mellado & Parra, 2008), esta investigación pretendió examinar –bajo el paraguas de la colegiatura volunta-

ria— la estructura de la asociatividad de los periodistas, utilizando a Chile como estudio de caso.

Específicamente, el presente estudio analiza qué factores determinan que un periodista profesional esté o no colegiado, y qué niveles de satisfacción existen actualmente entre los periodistas colegiados hacia la entidad, analizando las implicancias que todo ello tiene en el estado del periodismo, así como posibles alternativas de mejoramiento.

LOS COLEGIOS DE PERIODISTAS EN LATINOAMÉRICA: EL CASO CHILENO

Aunque los primeros antecedentes de la sindicalización periodística surgen mucho antes del reconocimiento oficial de la profesión, el primer Colegio de Periodistas en Latinoamérica se creó en Cuba en 1942; para los años noventas había ya otros 14 países de la región que poseían el sistema de colegiatura para efecto de los periodistas: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela.

En Chile, el Círculo de Periodistas de Santiago se creó en el año de 1907. Esta organización reunía a todos aquellos que practicaban el oficio de periodista cuando aún la actividad no era considerada una profesión universitaria, y era reconocida como el gran motor que impulsa la profesionalización y la colegiación. Durante la década de los años cincuenta se fundaron las primeras escuelas de periodismo en el país (Universidad de Chile y Universidad de Concepción), y pese a la resistencia de las empresas periodísticas de la época (Gardner, 1985; Garrison & Goodsell, 1996), se creó el Colegio de Periodistas de Chile el 11 de junio de 1956, por una ley de la República. Se concibió como una institución compuesta “por quienes tengan la calidad de periodistas de acuerdo a la legislación vigente” (Colegio de Periodistas de Chile, 2002); vale decir, por quienes tengan el título profesional otorgado por una universidad.

La ley que amparaba la existencia de la entidad, consideraba obligatoria la colegiación para ejercer la profesión, entregándole la facultad de regular el ejercicio profesional, buscando así cautelar la calidad de la información que recibiría la ciudadanía.

En efecto, el Colegio fue un actor importante en la vida política y contó con una afiliación numéricamente abundante. Como otras asociaciones profesionales, tenía la función de representar a sus miembros, cuidar la dignidad de la profesión, defender la libertad de información y la autonomía profesional; aplicar sanciones a aquellos que violaran la ética periodística y, finalmente, asegurar una justa compensación económica para sus integrantes.

Los fuertes cambios políticos, económicos y culturales sufridos por la región durante las últimas décadas, sin embargo, debilitaron fuertemente a los colegios de periodistas.

Por un lado, la colegiación obligatoria comenzó a ser considerada como un obstáculo a la libertad de expresión. *Freedom House*, por ejemplo, en su reporte anual de 2010 para los países andinos, incluyó dentro de la restricción a la libertad de prensa la colegiación obligatoria.

Por otro lado, la implantación de diferentes dictaduras militares en muchos países del continente restó poder a estas instituciones. En Chile, bajo un claro propósito ideológico y económico, el régimen militar de Augusto Pinochet planteó destruir las instancias calificadas de “corporativistas” que pudieran generar resistencia a la implantación del modelo socioeconómico actual. El Colegio de Periodistas fue una de las primeras entidades que sufrió las consecuencias y se vio incluso aún más menoscabado que los demás grupos profesionales organizados.

En la práctica, cuando en 1981 se derogó el estatuto jurídico especial que rigió a estas instituciones, eliminando la obligatoriedad de la inscripción para el ejercicio de una profesión u oficio, se transformó a los colegios profesionales en asociaciones gremiales de libre afiliación, perdiendo el carácter de organismos reguladores del ejercicio de cada actividad, de acuerdo a criterios de formación profesional y éticos.

La tuición ética desaparece, y se pierde la potestad legal de defender y supervigilar el derecho de autonomía de estos profesionales, así como cualquier atribución que los colegios pudieran tener en torno a los lineamientos formativos de los futuros periodistas. En efecto, nuevas necesidades sociales comenzaron a ser abastecidas por estos profesionales en otros campos ocupacionales dentro de la comunicación, amparados por el mercado y por la formación universitaria que avala esta diversidad ocupacional. Es así como hoy, más de 30% de quienes estudian

periodismo en Chile, no trabajan como tal, sino que se desempeñan en la construcción de estrategias de comunicación para instituciones estatales, empresas, gobiernos locales, instituciones de la sociedad civil, y productoras y consultoras (Mellado, Salinas, Del Valle & González, 2010). Esta situación se repite, de forma similar, en la mayor parte de los países latinoamericanos (Aguirre, 1992; Benassini, 1994; Felafacs-NCA, 2010).

Dentro de la normativa constitucional vigente en Chile se señala dentro del capítulo de derechos fundamentales, en su artículo 19, que: “nadie puede ser obligado a pertenecer a una asociación”. Así es como hoy, cualquier periodista puede ejercer la profesión sin estar inscrito en el Colegio o sin siquiera reconocer a la organización como representativa del gremio. Específicamente en Chile, los niveles de asociatividad dentro de la profesión son muy bajos, en tanto menos de 12% de quienes han estudiado periodismo en la universidad, está inscrito en el Colegio de Periodistas (Mellado et al., 2010).

Paralelamente, y aunque el Colegio de Periodistas de Chile sólo acepta como miembros a quienes tienen el título profesional que los avale, los medios de comunicación comienzan a definir criterios propios para la contratación de periodistas y para definir quién es o no periodista, amparados por la ley. El artículo 5° de la Ley de Prensa vigente en el país declara que los que se llamen periodistas deben tener un grado de universidad profesional legalmente válido en Chile. Sin embargo, ésta no estipula ni prohíbe que ajenos a la profesión la ejerzan y/o practiquen, si ellos no se denominan a sí mismos como tal.

La irrupción de las nuevas tecnologías no ha hecho otra cosa que agudizar esta situación, donde gracias a la amplia disposición de medios para que un emisor envíe su mensaje a cientos de miles de auditores, lectores y radioescuchas, cualquier ciudadano puede sentirse potencialmente periodista. La contrapartida de esta verdadera democratización de las comunicaciones está en que se hace más difícil garantizar la calidad de las informaciones que se difunden por estos medios, su veracidad y su precisión.

Justamente, la colegiación obligatoria buscaba garantizar que quienes elaboraban información para consumo masivo contaran con una formación profesional, que aportaba instrumentos técnicos, científicos

y una regulación ética común. Si bien esa normativa no aseguraba la calidad del ejercicio profesional, establecía límites y normas que los propios periodistas se encargaban de hacer cumplir.

Desde otra perspectiva, la acción del mercado ha llevado, sin duda, a la multiplicación de los profesionales con título de periodista y a una grave precarización de las condiciones laborales de quienes practican la actividad. Un estudio sobre la educación y el mercado laboral para recién egresados de periodismo en el país (Délano, Niklander & Susacasa, 2007) proyecta que en el año 2013 existirán más de 17,000 periodistas titulados en Chile, agudizándose el alto desempleo que existe entre los recién titulados, que a fines de 2006 se calculaba en 32.9%.

Esta realidad llevó al Colegio de Periodistas a organizar durante el año 2007, la campaña publicitaria “No seas un periodista frustrado”, como una forma de desincentivar el ingreso de los futuros alumnos, a las carreras universitarias vinculadas a la profesión. Con posterioridad a la campaña, varias escuelas de periodismo cerraron el ingreso de estudiantes y otras sencillamente dejaron de funcionar. No obstante, no aumentó la colegiación ni se conoce un aporte específico de la orden profesional para enfrentar las dificultades del mercado laboral de los periodistas.

METODOLOGÍA

Los datos que se reportan en este artículo corresponden a los resultados de una encuesta *online* aplicada a periodistas titulados y en ejercicio en las ciudades más importantes de las regiones de Antofagasta, Biobío, La Araucanía y Metropolitana de Chile. Estas cuatro zonas territoriales representan el norte, centro y sur del país, abarcando 70% de la población nacional.

El objetivo del estudio fue conocer y analizar los factores que explican la asociatividad de los periodistas chilenos al Colegio de Periodistas, así como los niveles de satisfacción que los profesionales tienen en torno a la entidad. La encuesta forma parte del proyecto de investigación FONDECYT 1080066 “Estudio comparativo de la realidad de los profesionales de la comunicación en las regiones de Antofagasta, Biobío, La Araucanía y Metropolitana de Chile: ordenamiento geopolítico,

lógicas productivas y mediación social”, cuyo propósito es identificar y entender las diferentes culturas profesionales, organizacionales y territoriales relacionadas con la práctica y la enseñanza en el campo de la comunicación.

Muestra

Siguiendo el trabajo de Mellado et al. (2010) respecto de las diferentes áreas laborales en las que se desenvuelven los periodistas chilenos, se incluyó dentro de la muestra a los periodistas titulados que trabajaban tanto en el área de producción de contenido de prensa –producción noticiosa bajo los criterios convencionales de la prensa–,⁴ el área de comunicación corporativa –producción de contenido y planificación de comunicación en organizaciones–, el área de producción de contenido misceláneo –producción o gestión de información, para espacios o soportes cuyo objetivo principal es el entretenimiento, por encima del noticioso– y el área de docencia e investigación académica –impartición de clases y/o el desarrollo de investigación en departamentos y/o facultades de comunicación y periodismo de cualquier establecimiento universitario.

Entre los periodistas encuestados se incluyeron reporteros, redactores, comentaristas, columnistas, editores, presentadores y productores de noticias, locutores/conductores, productores, directores de contenido, gestores de prensa, directores de comunicación y relaciones públicas, asesores de imagen, asesores de publicidad, encargados de comunicación interna, encargados de comunicación externa, productores de soportes de comunicación institucional y profesores universitarios. La selección de la muestra incluyó no sólo a profesionales *full-time*, sino también a quienes trabajaban *part-time*.

Las direcciones de correo electrónico, así como los parámetros poblacionales básicos, fueron obtenidos a través del Primer Censo de Periodistas, Comunicadores y Educadores de Periodismo de Chile, realizado entre agosto de 2008 y abril de 2009, en las mismas regiones.

⁴ A ella se circunscriben los departamentos de prensa y las salas de redacción de los medios de comunicación.

Recolección de los datos

El cuestionario fue distribuido a toda la población de periodistas bajo estudio ($N=3888$), y se aplicó de manera *online* durante un periodo de cinco semanas, entre noviembre y diciembre de 2009.

El equipo investigador invitó a la población a participar mediante un correo informativo. Cuatro días después se envió un segundo correo con el link a la encuesta y las instrucciones para responderla en el momento que ellos desearan, utilizando cualquier computador con acceso a Internet.

Antes de comenzar con las preguntas, las instrucciones señalaban que, en caso de tener más de un trabajo en el área, el periodista debía responder considerando su plaza laboral más importante, de modo que la tasa de respuesta pudiese ser monitoreada a través de la base de datos del censo, disminuyendo problemas de sesgo.

Los investigadores esperaron dos semanas antes de enviar el primer correo de seguimiento para recordar a aquéllos que aún no habían completado el cuestionario. Durante las tres semanas siguientes, se envió un segundo, tercer y cuarto correo a fin de incrementar la tasa de respuesta. Luego del cuarto correo recordatorio, se completó un total de 1,252 cuestionarios válidos, alcanzando una tasa de respuesta de 32.2%.

RESULTADOS

Factores que explican la asociatividad

En este apartado se aborda el primer objetivo del trabajo: conocer qué factores explican la colegiatura de los periodistas chilenos. La variable dependiente “colegiatura” fue medida en una escala dicotómica (sí=18.4%; no= 81.6%). A efectos de conocer sus factores condicionantes, se realizó un análisis de regresión logística binaria, utilizando 15 variables independientes agrupadas en cuatro bloques. Dichas variables incluyen características básicas de los profesionales, atributos objetivos y subjetivos del trabajo, área laboral, así como la región de procedencia de los encuestados.

- Características personales. Entre ellas se introdujeron las variables sexo (48.9% masculino; 51.1% femenino), edad ($M=35.9$;

DS=9.57), y número de años de permanencia en el sistema educativo ($M=16.6$; $DS=1.05$). También se midió la ideología política de los profesionales, en una escala de 7 puntos, donde 1 es izquierda y 7 derecha ($M=3.3$; $DS=1.51$).

- Factores objetivos y subjetivos del trabajo. Como elementos objetivos se consideró la condición contractual del periodista (85.3% con contrato; 14.7% sin contrato), la ocupación o no de un puesto jerárquico (42.2% sí), los años de experiencia profesional ($M=13.09$; $SD=7.62$) y el salario (63.2%, menos de 1 millón de pesos).
- Dentro de los factores subjetivos del trabajo del periodista, el cuestionario incluyó 16 ítems vinculados a características deseadas de un trabajo, basados en el trabajo de McLeod y Hawley (1964). A los respondientes se les solicitó rankear, en una escala de 5 puntos, qué tan importante eran dichas características para ellos.
- Utilizando los resultados de un Análisis de Componentes Principales (PCA, por sus siglas en inglés) con rotación Varimax, dichos ítems pudieron ser agrupados en tres dimensiones⁵ que en conjunto explican 52.1% de la varianza. La adecuación de la muestra fue verificada con el test Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) =0.82. El test de esfericidad de Bartlett ($\chi^2=3731.024$, $gl=66$, $p<.001$), indicó que la correlación entre los ítems era lo suficientemente larga para un PCA. Cada componente extraído por el modelo tenía valores propios mayores a uno. En todos los casos, ítems con una carga factorial superior a .50 fueron retenidos.
- La importancia que los profesionales le dan a las relaciones humanas y al clima laboral en su trabajo es el componente principal, explicando 17.7% de la varianza ($\alpha=.77$). Esta dimensión hace referencia a la forma en que los pares y jefes aportan y apoyan al otro en su trabajo cotidiano, y refuerzan sus capacidades ($M=4.40$, $DS=.638$). Los ítems que cargan en el segundo componente explican 17.6% de la varianza total y puede ser llamado de importancia dada a la función social de la profesión ($\alpha=.69$; $M=4.19$, $DS=.599$). La importancia otorgada a las condiciones laborales son el tercer componente, explicando 16.8% de

⁵ Cuatro de los 16 ítems medidos fueron excluidos del modelo porque no cargaban claramente con ninguna de las dimensiones encontradas.

la varianza ($\alpha=.65$). Esta dimensión incluye aspectos como el salario y la seguridad laboral ($M=4.27$; $DS=.534$).

- El nivel de satisfacción laboral general de los periodistas fue medido en una escala de 5 puntos donde 1 es muy insatisfecho y 5, muy satisfecho ($M=3.57$; $DS=.937$). La satisfacción con la formación profesional ($M=2.84$; $DS=.735$), en tanto, fue medida en una escala de cinco puntos donde 1 es muy mala y 5, muy buena.
- Variables contextuales: el Área laboral fue categorizada en “medios de comunicación informativos”⁶ (38.7%), “contenido misceláneo”⁷ (9.7%), corporativo⁸ (40.8%) y docencia/investigación”⁹ (11.1%). La variable dicotómica región, en tanto, clasifica a los periodistas en dos grupos: quienes trabajan en la capital (69.7%) y quienes ejercen en regiones provinciales (30.3%).
- El test Hosmer-Lomesshow indicó una buena bondad de ajuste del modelo completo ($\chi^2=6.260$; $gl=8$; $p: .618$). La exactitud de clasificación para el modelo final fue de 85.8%.

Los resultados muestran que variables sociodemográficas, así como características objetivas del trabajo y el factor geopolítico, tienen efectos significativos en la decisión de los profesionales de estar o no inscrito en el Colegio de Periodistas.

De acuerdo al modelo, a mayor edad, mayor experiencia profesional y mayor cercanía a la izquierda política, y existen más probabilidades de que el periodista se encuentre colegiado.

⁶ Producción noticiosa bajo los criterios convencionales de la prensa. A ella se circunscriben los departamentos de prensa y las salas de redacción de los medios de comunicación.

⁷ Producción o gestión de información, para espacios o soportes cuyo objetivo principal es el entretenimiento, por sobre el noticioso.

⁸ Producción de contenido institucional y planificación en comunicación. Esto es, el ejercicio de diseño de un programa de comunicación institucional en su nivel conceptual, así como la producción o gestión operativa de productos derivados de un programa de comunicación.

⁹ Clases y/o el desarrollo de investigación en departamentos y/o facultades de comunicación y periodismo de cualquier establecimiento universitario.

Varias explicaciones posibles surgen a raíz de este resultado. Por un lado, los periodistas mayores y con mayor experiencia profesional, pueden haber entrado a la organización cuando esta tenía muchas más potestades, poder y visibilidad dentro de la actividad periodística y la sociedad en general, y luego no haberse retirado de la organización. En efecto, los periodistas de mayor edad responden a una cultura de asociatividad fuertemente instalada en Chile durante los años sesenta, setenta y ochenta, pero que se debilitó a partir del restablecimiento de la democracia.

Los periodistas más jóvenes y que se han incorporado al mundo del trabajo en años recientes, en cambio, pueden ser más reacios a participar de la organización, pues se han formado en una cultura crecientemente individualista y competitiva.

Por otra parte, el Colegio de Periodistas ha sido, desde sus inicios, una institución altamente politizada. En sus orígenes se enfrentaron al interior del Colegio representantes de la izquierda y de la derecha política, buscando protagonismo y el control de la entidad. Desde los años ochenta en adelante, cuando la colegiatura dejó de ser obligatoria, los últimos abandonaron los puestos directivos del Colegio, aspecto altamente vinculado a las imposiciones neoliberales y de libre mercado que han mermado las condiciones del periodismo alrededor del mundo. De allí que tenga sentido que los periodistas más cercanos a la izquierda política, tengan mayor aproximación con el sentir del Colegio, y se incorporen a ella por una afinidad ideológica.

Así mismo, no poseer cargos jerárquicos dentro de la organización donde se trabaja, y vivir en regiones casi duplica las probabilidades de que el periodista esté colegiado. Posiblemente, quienes están más lejos de la capital y de donde se reúne el mayor núcleo de periodistas del país, pueden sentir con mayor fuerza el valor de conexión y pertenencia a la realidad profesional, colegiándose en la entidad. En estos casos, el Colegio podría ser para ellos una buena opción para establecer redes e iniciar emprendimientos, papel que probablemente en la región Metropolitana sea menos relevante. En la misma línea, quienes no han logrado un espacio de poder formal mayor dentro de sus organizaciones, pueden acudir al colegio como una instancia de validación y socialización con sus pares.

Sexo, nivel de estudios, relación contractual y el área ocupacional de desempeño de los profesionales, no tienen efectos significativos en la acción de colegiarse o no. Estos resultados indican que las brechas de género que actualmente existen dentro de la profesión, los niveles de especialización –y con ello de pertenencia a núcleos más selectos–, la estabilidad laboral y la ocupación profesional que desarrollan, no logran influenciar el comportamiento de los periodistas hacia la colegiatura. Paralelamente, factores subjetivos percibidos por los profesionales respecto de su trabajo, tales como la importancia dada al ambiente laboral, a las condiciones laborales y a la función social del periodismo, los niveles de satisfacción laboral general, de satisfacción con la formación universitaria recibida, y el área laboral de desempeño, tampoco resultan ser factores significativos en la predicción de asociación de los periodistas chilenos al Colegio de Periodistas.

TABLA 1
MODELO PREDICTIVO DE LA COLEGIATURA

Variables predictoras	Beta	Error estándar	P (significancia)	Odds Ratio
Sexo(1=femenino; 0= masculino) ^a	-.195	.207	.346	.823
Edad	.087	.017	.000	1.090
Orientación política	-.231	.074	.002	.793
Años completos de estudio	.161	.102	.115	1.175
Nivel jerárquico (1= sí; 0=no) ^a	-.547	.231	.018	1.979
Experiencia profesional	.269	.128	.036	1.309
Salario	.255	.096	.098	0.790
Relación contractual (1= con contrato; 0= sin contrato)	.346	.171	.059	1.113
Importancia dada al clima laboral y ambiente de trabajo	-.072	.173	.680	.931

Variables predictoras	Beta	Error estándar	P (significancia)	Odds Ratio
Importancia dada a la función social del periodismo	.295	.188	.116	1.343
Importancia dada a las condiciones laborales	-.003	.215	.991	.997
Satisfacción profesional general	-.027	.113	.814	.974
Satisfacción con la formación profesional	.046	.120	.700	1.047
Área laboral				
Prensa	.546	.397	.169	1.726
Misceláneo	-.254	.589	.667	.776
Corporativo	.275	.363	.448	1.317
Lugar de residencia (1= capital; 0= regiones provinciales)	-.915	.231	.000	1.901

Satisfacción con el Colegio de Periodistas

Dentro del grupo de periodistas que se encontraba adscrito al Colegio de Periodistas de Chile ($n=228$), se quiso medir la percepción y niveles de satisfacción que éstos tenían con dicha entidad. Específicamente, se incluyeron cuatro ítems vinculados a diferentes ámbitos de acción de la entidad gremial, medidos en una escala de 5 puntos, donde 1 correspondía a muy insatisfecho, y 5 a muy satisfecho. A efectos de tener una apreciación global de dicha percepción, los cuatro ítems fueron después convertidos en una escala de satisfacción respecto del Colegio de Periodistas ($\alpha=.888$).

Los datos muestran, en general, una insatisfacción por parte de los periodistas y comunicadores chilenos con el actuar de la entidad ($M=2.35$, $DS=.899$), sobre todo en función del esfuerzo del Colegio por crear una imagen más positiva de la profesión ($M=2.27$; $SD=1.12$), y por relacionarse y apoyar la misión de las escuelas de periodismo ($M=2.18$; $DS=1.00$).

Sin embargo, los resultados arrojan diferencias significativas en los niveles de insatisfacción de los distintos grupos profesionales involucrados en el estudio ($F=3.121$, $gl=3$, $p=.026$, $\eta^2=.015$). En efecto, son los periodistas misceláneos los que, comparativamente, mejor impresión tienen del esfuerzo del Colegio por informarlo de sus actividades y planes ($F=2.438$, $gl=3$, $p=.041$, $\eta^2=.011$), por crear una imagen más positiva de la profesión ($F=5.100$, $gl=3$, $p=.002$, $\eta^2=.023$), y por influir en la legislación nacional y regular favorablemente sobre la profesión ($F=4.008$, $gl=3$, $p=.008$, $\eta^2=.018$).

Así mismo, son los periodistas misceláneos los que tienen la mejor impresión respecto de las facilidades que la entidad les da para interactuar con otros miembros ($F=2.804$, $gl=3$, $p=.039$, $\eta^2=.013$). El tamaño de los efectos es, no obstante, muy pequeño.

CONCLUSIÓN

Este estudio analizó la asociatividad profesional entre los periodistas chilenos; específicamente, los factores individuales y contextuales que inciden en la pertenencia al Colegio de Periodistas. Considerando la crisis profesional y laboral que viven los profesionales de la comunicación en Latinoamérica y específicamente en Chile, quisimos conocer qué razones determinaban el que un periodista titulado en alguna escuela o facultad de periodismo y comunicación del país, decidiera colegiarse a la organización reconocida formalmente por la ley –a pesar de ser una instancia voluntaria– como la que reúne a estos profesionales.

Paralelamente también se quiso indagar en mayor profundidad respecto de los niveles de satisfacción con el actuar interno y externo de la entidad.

En primer lugar, los resultados muestran que la decisión de colegiarse por parte de los periodistas chilenos, no se produce por factores subjetivos como los niveles de satisfacción que tengan con aspectos laborales y profesionales de su vida cotidiana; lo más probable, porque saben que la entidad no posee las herramientas para mejorar su situación actual.

En ese sentido, se aprecia una vinculación más romántica e idealista con la entidad, más vinculada a factores histórico-ideológicos. En efec-

TABLA 2
SATISFACCIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN CON EL COLEGIO DE PERIODISTAS SEGÚN ÁREA LABORAL

	Medios de comunicación informativos			Contenido misceláneo			Docencia			Sector corporativo/ RRPP		
	% que se siente muy satisfecho			% que se siente muy satisfecho			% que se siente muy satisfecho			% que se siente muy satisfecho		
	Media	DS		Media	DS		Media	DS		Media	DS	
Index Percepción del Colegio de Periodistas ($F = 3.121$, $gI=3$, $p=.026$, $\eta^2=.015$)	2.39	.917		3.22	.211		2.44	.893		2.33	.928	
1. El esfuerzo del Colegio por mantenerlo informado de sus actividades y planes ($F = 2.438$, $gI=3$, $p=.041$, $\eta^2=.011$)	2.55	1.11		3.22	.972		2.56	1.09		2.39	1.13	
2. Las facilidades que el Colegio le da para interactuar con otros miembros ($F = 2.804$, $gI=3$, $p=.039$, $\eta^2=.013$)	2.39	1.00		3.11	.782		2.56	1.05		2.36	.993	
3. El esfuerzo del Colegio por crear una imagen más positiva de la profesión ($F = 5.100$, $gI=3$, $p=.002$, $\eta^2=.023$)	2.30	1.18		3.78	.441		2.31	1.14		2.28	1.14	
4. El esfuerzo del Colegio por influir en la legislación nacional y regular favorablemente sobre la profesión ($F = 4.008$, $gI=3$, $p=.008$, $\eta^2=.018$)	2.73	1.17		3.22	1.09		2.56	1.11		2.38	1.10	
5. El esfuerzo del Colegio por relacionarse y apoyar la misión de las escuelas de periodismo ($F = 2.095$, $gI=3$, $p=.100$, $\eta^2=.010$)	2.03	.986		2.78	.833		2.16	.995		2.25	1.02	

to, la edad y la orientación política, resultan ser aspectos fundamentales a la hora de modelar la asociatividad de este grupo profesional.

Así mismo, los elementos objetivos que influyen la colegiatura —años de experiencia en el campo y jerarquía— no se relacionan con una obtención de beneficio económico, laboral o material, sino más bien con un beneficio más vinculado al rescate de un espacio de validación y de identificación dentro del colectivo.

Por su parte, los resultados revelan que el área ocupacional donde el periodista se desempeña no tiene efectos significativos en la colegiatura, y que el hecho de trabajar como relacionadores públicos, comunicadores corporativos y educadores no los aleja de la profesión, al menos en términos gremiales. Esta situación, no hace otra cosa que constatar la hibridez identitaria de quienes componen a este colectivo,

En segundo lugar, los resultados enseñan un importante nivel de insatisfacción entre los periodistas titulados del país, respecto del actuar del Colegio de Periodistas. Dos son los aspectos más criticados por los profesionales: su incapacidad para crear una mejor imagen del periodismo ante la sociedad, y su falta de vinculación y de compromiso en los aspectos formativos de la profesión.

Es importante recalcar que este estudio se efectuó sólo un par de años después de que el Colegio de Periodistas lanzó la campaña publicitaria “No seas un periodista frustrado”, a través de radioemisoras de todo el país, en que se llamaba a los jóvenes a no estudiar periodismo, dada la deteriorada situación del mercado laboral para la profesión, lo que generó mucho malestar entre los profesionales y los educadores de periodismo del país. En este sentido, una posibilidad es que para muchos periodistas el actuar del Colegio haya desvalorizado la profesión ante la opinión pública, quitando legitimidad a las escuelas de periodismo, sin una propuesta alternativa que generar valor para la profesión y, precisamente, incentivar a la asociatividad de los miles de “periodistas frustrados”.

Sin duda, los bajos niveles de asociatividad en el país reflejan la pérdida del sentido social y de confianza en las instituciones profesionales. En este sentido, se observa una desconfianza generalizada en la capacidad que la entidad colegiada tendría para renovarse, en vista de los cambios que hoy vive el periodismo. Así mismo, se aprecia una pérdida de credibilidad en las acciones que se pudieran liderar para el desa-

rollo de la profesión, el mejoramiento de las condiciones profesionales y la recuperación de su estatus como tal.

Esta situación abre la discusión en torno a acciones y estrategias específicas que la entidad pudiera diseñar y ejecutar para conseguir una mejor y mayor adhesión asociativa. Las opiniones entregadas por los encuestados evidencian, sin duda, que el Colegio de Periodistas es una organización que requiere de un nuevo enfoque para revitalizarse y empoderarse como órgano representativo de la profesión periodística. Desde un punto de vista generacional e ideológico es factible pensar que la falta de cambio en el enfoque programático de la entidad podría haber mermado sus posibilidades de llegar a una población cada vez más heterogénea, como lo son quienes componen a este grupo profesional.

Desde el punto de vista identitario, sin embargo, es posible que la excesiva apertura de la organización hacia ocupaciones distintas al periodismo esté ayudando a invisibilizar las diferencias que existen entre quienes trabajan en el campo de la comunicación, impidiendo su crecimiento y desarrollo sobre bases definidas.

La reposición de las facultades legales que los colegios profesionales tuvieron en el pasado —así como también el Estatuto del Periodista— que actualmente se discuten en el Congreso del país, pueden ser el corolario de un proceso de relegitimación de estas asociaciones. No obstante, parece poco probable que los parlamentarios se interesen en tramitar esos proyectos de ley, si no ven en las organizaciones de hoy entes efectivamente representativos de sus pares.

Por tanto, futuras indagaciones deben analizar los canales formales e informales que actualmente existen entre el Colegio, las escuelas de periodismo y los propios empleadores, a efectos de conocer en qué medida dichos estamentos intermedios dentro del campo del periodismo defienden los mismos esquemas, los mismos propósitos, y al mismo “tipo” de profesional.

Bibliografía

Aguirre, J. M. (1992). *El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas*. Colección Ayakua, 1. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.

- Benassini, C. (1994). *Entre la rutina y la innovación: los egresados de nuestra carrera*. México: Universidad Iberoamericana.
- Christians, C., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K. & White, R. (2009). Normative theories of the media. *Journalism in Democratic Societies*. Chicago, EE.UU.: University of Illinois Press.
- Délano, M., Niklander, K. & Susacasa, P. (2007). Los periodistas recién titulados y el mercado laboral. *Calidad en la Educación*, 27, 205-234.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6, (4), 442-464.
- Colegio de Periodistas de Chile (2002). Estatutos del Colegio de Periodistas 2002. Recuperado el 3 de mayo de 2011 de http://www.colegiodeperiodistas.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=2
- Felafacs-NCA. (2010). Situación del comunicador social en el mercado laboral. Paper presentado en la VI FELAFACS-NCA Conference. San Francisco, EE.UU. Recuperado el 1 de febrero de 2011 de <http://www.scribd.com/doc/48245518/Situacion-Laboral-del-Comunicador-Social-Diagnostico>
- Freedom House. (2010). *Informe sobre la situación de la libertad de expresión en la región andina 2010*. Perú: Instituto de Defensa Legal de Perú.
- Gardner, M. A. (1985). Colegiación: Another way to control the press? En W.C. Soderlund & S. H. Surlin, (Eds.), *Media in Latin American and the Caribbean: Domestic and international perspectives*. (pp. 77-94). Ontario, Canadá: Ontario Cooperative Program in Latin American and Caribbean Studies.
- Garrison, B. & Goodsell, J. (1996). Professional news organizations in Latin America. En R. Cole (Ed.), *Communication in Latin America. Journalism, mass media and society* (pp. 51-63). Wilmington, EE.UU.: Scholarly Resources.
- Knudson, J. (1996). Licensing journalists in Latin America: An appraisal. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73, (4), 878-889.
- McLeod, J. & Hawley, S. E. (1964). Professionalization among newsmen. *Journalism Quarterly*, 41: 529-538, 577.

- Mellado, C. & Parra, E. (2008). Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile. *Revista Opción*, 24, (55), 145-167.
- Mellado, C. (2009a). Asociatividad y profesionalización del periodismo. Los colegios profesionales de periodistas en Latinoamérica. *Revista Comunicación, Estudios Venezolanos de Comunicación*, 148: 5-9.
- Mellado, C. (2009b). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista latinoamericano: lógicas de mercado y esquemas de formación. *Revista Opción*, 59, (25), 11-24.
- Mellado, C. (2010). La influencia de CIESPAL en la formación del periodista latinoamericano. Una revisión crítica. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 16: 307-318.
- Mellado, C., Salinas, P., Del Valle, C. & González, G. (2010). Mercado laboral y perfil del periodista y educador de periodismo en Chile: estudio comparativo de las regiones de Antofagasta, Biobío, Araucanía y Metropolitana. *Cuadernos de Información*, 26, (1), 45-64.
- World Values Survey. (2009). Values Changes the World. Recuperado el 4 de febrero de 2011 de http://www.worldvaluessurvey.org/index_findings