



## Condiciones Laborales y Sociales de los Periodistas en las Regiones de Colombia

Daniel Guillermo Valencia Nieto<sup>1</sup>; José Miguel Pereira González<sup>2</sup>; Jairo Antonio Rodríguez Leuro<sup>3</sup>

Recibido: 8 de octubre de 2019 / Aceptado: 4 de diciembre de 2019

**Resumen.** El presente artículo se ocupa de describir y analizar las condiciones laborales y sociales en que trabajan los periodistas en las regiones de Colombia. Los autores del escrito exponen los hallazgos de dos proyectos de investigación que realizaron en dieciocho ciudades del país, los cuales indagaban, entre otros aspectos, por la situación laboral de los periodistas en los medios regionales. El enfoque del estudio y del análisis que acá se presenta es desde las teorías de la economía política de la comunicación y la información. La metodología con la que se desarrollaron los dos proyectos de investigación fue con una perspectiva crítico-social, para lo cual se incluyeron tres dimensiones: descriptiva, analítica y comprensiva. El artículo analiza cómo las condiciones laborales y sociales de los periodistas en Colombia tienen impacto en la formación de la opinión pública en el país.

**Palabras clave:** periodismo; región; condiciones laborales; condiciones sociales; economía política de la comunicación

### [en] Labor and Social Conditions of Journalists in the Regions of Colombia

**Abstract.** This article describes and analyzes the working and social conditions in which journalists work in some regions of Colombia. The text presents the findings of two research projects carried out in eighteen cities of the country. The research explored, among other aspects, the labor situation of journalists working in regional media. The theoretical focus of this article arises from the political economy of communication and information perspective. The methodology of both research projects was based on a critical-social perspective. Three dimensions were taken into account: descriptive, analytical and comprehensive. The article analyzes how the labor and social conditions, in which journalists work in Colombia, have a significant impact on the formation of public opinion in the country.

**Keywords:** journalism; region; working conditions; social conditions; political economy of communication

**Sumario.** 1. Introducción; 2. Marco teórico; 3. Enfoque metodológico; 4. Hallazgos de la investigación; 4.1. Estructura de la industria cultural regional; 4.2. Flexibilidad laboral; 4.3. Levedad del oficio; 4.4. Deterioro de

<sup>1</sup> Pontificia Universidad Javeriana  
E-mail: [dvalenci@javeriana.edu.co](mailto:dvalenci@javeriana.edu.co)  
orcid: 0000-0002-0315-1547

<sup>2</sup> Pontificia Universidad Javeriana  
E-mail: [jmpereira@javeriana.edu.co](mailto:jmpereira@javeriana.edu.co)  
orcid: 0000-0003-4970-183

<sup>3</sup> Pontificia Universidad Javeriana  
E-mail: [cordovez1@gmail.com](mailto:cordovez1@gmail.com)  
orcid: 0000-0003-0534-5844

las condiciones laborales; 4.5 Precariedades sociales; 4.6. Incidencias en la calidad del producto informativo; 5. Conclusiones

**Cómo citar:** Valencia Nieto, D. G., Pereira González, J. M. y Rodríguez Leuro, J.A. (2019). “Condiciones Laborales y Sociales de los Periodistas en las Regiones de Colombia”, en *Mediaciones Sociales* 19, 85-105.

## 1. Introducción

Este artículo surge de dos proyectos de investigación en el campo de la economía política de la comunicación que se realizaron entre 2012 y 2015: el primero, fue un estudio enfocado en lo que se conoce como Bogotá – Región Centro (un total de ocho ciudades), titulado *Industrias Mediáticas Regionales en Colombia*. El segundo abarcó otras diez ciudades, capitales de departamento en Colombia, titulado *Indicadores de Desarrollo Mediático en Colombia*, de acuerdo a las categorías fijadas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura para este tipo de estudios (UNESCO, 2017).

Ambos proyectos tuvieron, entre sus objetivos específicos, analizar la estructura de propiedad de los medios en las regiones del país, las condiciones laborales de los periodistas, los obstáculos para la diversidad y el pluralismo informativo, la distribución de la pauta publicitaria oficial y comercial, el desarrollo tecnológico mediático, el modo de regulación de los medios y la percepción que tienen las audiencias respecto a los medios regionales.

Tanto en Europa, como en los Estados Unidos y en América Latina, se han publicado diversos artículos que dan cuenta de estudios empíricos sobre las condiciones en que laboran los periodistas; el número de publicaciones sobre el tema es mayor en Europa y en Norteamérica. Se destacan, en Estados Unidos, los de Schulz (2001), Deuze (2005), Beam (2006), Weaver et ál. (2006). En España están las publicaciones de Rodríguez, Canel, y Sánchez (2000), Rodríguez-Andrés (2003), Sánchez-Illán (2005), Martín y Amurrio (2007), Calvo (2005 y 2008), Tuñez (2011), Gómez-Monpart, Gutiérrez y Palau (2015), Tuñez y Martínez (2015), además del Informe Anual de la Profesión Periodística, dirigido por Pedro Farias (2010) y que publica la Asociación de la Prensa de Madrid.

En América Latina se encuentran estudios como los de Barajas (2001), Corrales y Sandoval (2005), Odriozola, Aguirre y Roa (2016) y, Délano, Niklander, y Susacasa, (2018) y un estudio que elaboró la Fundación Konrad Adenauer (2005), sobre las condiciones de trabajo de los periodistas en América Latina. En los estudios sobre la situación de los periodistas en Colombia, entre los más recientes aparecen Arroyave y Blanco (2005), Gutiérrez et al. (2010) y García, Ramírez y Osorio (2015).

El objetivo del presente escrito es, a partir de los hallazgos de las dos investigaciones, describir y analizar las condiciones laborales y sociales de los periodistas. Por condiciones laborales tendremos en cuenta las formas de contratación, el salario o ingresos y la seguridad social (salud y pensión). Por condiciones sociales analizaremos el reconocimiento y la estima por el trabajo de los periodistas como ejercicio profesional, la situación de protección y respeto a la vida de los periodistas y las garantías para la libertad de expresión tanto en el cubrimiento como en la producción y circulación de la información.

De acuerdo con lo anterior, proponemos la siguiente hipótesis: la situación laboral de los periodistas en las regiones de Colombia es precaria y nociva en términos de ingreso económico. Además, las condiciones sociales en las que ejercen la actividad periodística les vuelven objeto de presión, por parte de agentes del poder político, y de amenazas a la vida, que provienen de actores armados ilegales. El efecto adverso, de tales condiciones laborales y sociales de los periodistas, es que estas también restan valor a la calidad de la información que se produce, lo que tiene un impacto negativo en la formación de la opinión pública en las diferentes regiones del país.

## 2. Marco teórico

El enfoque teórico de este artículo es desde los estudios de la economía política de la comunicación, área de estudio que ha venido avanzando a partir de una visión crítica sobre la función de los medios de comunicación de masas en las sociedades capitalistas. Los primeros estudios sobre este tema partieron del concepto de industria cultural que acuñaron Adorno y Horkheimer en la década del 40 del siglo XX, para hacer una crítica a la forma de producción masiva de la cultura con impronta industrial (Adorno y Horkheimer, 2005; pp 165-212). La mayor parte de los que estudian el tema coinciden en señalar que, si bien, el aporte de los dos filósofos de Frankfurt fue pionero y original, su pesimismo excesivo no les permitió reconocer la importancia de la naturaleza económica contradictoria que está en la base de la industria cultural (Murdock y Goldin, 1977, pp. 12-43).

Posteriormente, a partir de las décadas del 60 y del 70, del siglo XX, tanto en Estados Unidos como en Europa, se empezaron a poner las bases teórico-metodológicas de la economía política de la comunicación. Los estudios más reconocidos son los de Smythe (1983), Schiller (1985) y Mosco (2006 y 2009), en Norteamérica; y de Murdock y Goldin (1977), Mattelart y Siegelau (1979), Flichy (1980) y Garnham (1979), entre otros, en el continente europeo. En América Latina, entre los trabajos más conocidos sobre la economía política de la comunicación, sobresalen los de Pasquali (1990), Bolaño (2013) y Becerra y Mastrini (2006 y 2017).

De acuerdo con Mosco (2006, p.58), la economía política se ocupa del estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, entre los cuales se incluyen aquellos con los que se produce la comunicación y la información. En consecuencia, para este artículo seguiremos el enfoque propuesto por Mosco, de estudiar las condiciones laborales y sociales de los periodistas en las regiones de Colombia, desde el proceso de mercantilización. Este último concepto Mosco lo define como el acto de tomar bienes y servicios que son valorados por su uso, en este caso la información y, transformarlos en mercancías que adquieren un valor económico en el mercado (pp. 67-68). El proceso de transformación se logra mediante el trabajo de quienes elaboran los productos informativos y comunicativos, a cambio de una remuneración salarial.

El efecto de la mercantilización, dice Mosco, en las relaciones capital/trabajo dentro de las empresas periodísticas y en las demás industrias culturales, se puede analizar en las formas como propietarios y directivos de medios buscan reducir los costes laborales con el fin de aumentar los ingresos de las empresas (p.68). La reducción de tales costos la consiguen no solo con salarios a la baja, sino mediante la

informalidad o ausencia de contratos laborales, o por medio de acuerdos de remuneración del trabajo que van por fuera de la legislación laboral.

En complemento a lo anterior, tomaremos también, como referente teórico, el aporte de Bolaño (2013) para analizar el trabajo de los periodistas, dentro de las lógicas de la industria cultural. Este autor afirma que el trabajo de los periodistas resulta útil, al capital y al Estado, para crear dos tipos de mercancía: el producto periodístico (la información noticiosa, para el caso que nos ocupa) y las audiencias que luego se convierten en opinión pública (p. 247). Desde esta óptica, analizaremos las condiciones en que los periodistas trabajan en los medios regionales en Colombia produciendo los dos tipos de mercancía que refiere el autor.

Un aspecto a destacar de los dos estudios realizados es que se hicieron desde lo regional. La extensión del territorio colombiano es bastante grande (1.142 millones de km<sup>2</sup>) y está dividido administrativa y políticamente en 32 departamentos, además de la Ciudad Capital; sin embargo, el centralismo político y económico ha sido un pesado fardo en la historia de las regiones en Colombia. Este factor ha incidido no solo en la marginalidad de muchos lugares del territorio colombiano, sino en las causas y consecuencias de la violencia política que se ha vivido en el país. Por eso, para las dos investigaciones, además de incluir a Bogotá, capital del país, la información se recabó en las ciudades capitales de doce departamentos y en cinco ciudades intermedias, con el fin de obtener resultados que nos permitieran elaborar un análisis de amplio alcance y pertinencia sobre la situación en la que trabajan los periodistas colombianos en las regiones.

### 3. Enfoque metodológico

Los dos estudios realizados, de los que emana este artículo, se abordaron desde una perspectiva crítico-social, para lo cual se incluyeron tres dimensiones: descriptiva, analítica y comprensiva. En la dimensión descriptiva se buscaba caracterizar la estructura de propiedad de las empresas informativas, activos y bienes, balances financieros, volúmenes de facturación, índices de circulación o audiencia, número de suscriptores, número y tipos de empleo, formas de contratación de personal y aportes al PIB regional y local. Así mismo, identificar los géneros que utilizaban para difusión de la información, los formatos con los que se despliega la noticia, el manejo de las fuentes, la tecnología disponible, el perfil profesional de los periodistas, personal técnico, editores y directivos de los medios.

En la dimensión analítica se pretendía abordar los medios seleccionados como empresas e instituciones de la información; analizar su dimensión económica, los aportes que hacen al PIB regional y nacional; las lógicas de producción de contenidos con las que combinan el saber profesional de los oficios con técnicas y herramientas (géneros y formatos), para elaborar productos informativos. Y, en la dimensión comprensiva-crítica se buscaba identificar las relaciones entre las empresas periodísticas y los actores políticos, gobierno, empresarios y demás agentes de poder, con el fin de entender cómo estas empresas hacen aportes al desarrollo regional, y a la vez, al proceso de construcción de país y de nación.

Para ello se aplicaron varias técnicas de investigación: análisis documental sobre la información contable de los medios, entrevista a los responsables (gerencia o dirección) de los medios, entrevistas semiestructuradas a los periodistas, análisis

de contenido a muestras de productos periodísticos y una consulta a los ciudadanos sobre las percepciones que tenían de los medios informativos locales y regionales.

Este artículo se centra en la consulta realizada a los periodistas a través de una entrevista semiestructurada, dado que prioriza el análisis de las condiciones laborales y sociales de los trabajadores de los medios locales y regionales en las siguientes ciudades: Barranquilla, Cartagena, Medellín, Bucaramanga, Manizales, Pereira, Ibagué, Neiva, Pasto, Cali, Zipaquirá, Girardot, Tunja, Chiquinquirá, Duitama, Sogamoso, Villavicencio y Bogotá. Así mismo, para el análisis, se retoma información de la observación no participante en el lugar de trabajo de los periodistas y algunos elementos de los diálogos realizados con las audiencias.

Para el estudio en estas ciudades se definió una muestra por cuotas proporcionales. Para ello, inicialmente, se identificó la población de periodistas que trabajaban en los medios públicos, privados, comunitarios y digitales en cada ciudad. Luego, se calculó el porcentaje de participación de cada tipo de medio por ciudad y se determinó realizar la entrevista semiestructurada a 139 periodistas en sus lugares de trabajo, equivalentes al 23% del total de la población identificada en las ciudades donde se hizo el estudio. La selección se hizo mediante un muestreo no probabilístico llamado consecutivo, porque se buscaba, de esta manera, incorporar a todos los periodistas que fueran accesibles en cada una de las ciudades donde se realizaron las dos investigaciones. Este tipo de muestreo permite enriquecer y ampliar las fuentes de información en la medida en que se garantiza la pluralidad de voces.

Los periodistas seleccionados para el estudio debían estar vinculados a la radio, la televisión, la prensa y los medios digitales locales. Los medios, para ser incorporados en la investigación, debían tener cobertura local y/o regional, aunque estuvieran vinculados con cadenas de radio y televisión o con empresas periodísticas nacionales o internacionales. Solo se consideraron aquellos periodistas que producían contenidos noticiosos locales y/o regionales. En una gráfica, al final de este artículo, se presenta un listado de los medios seleccionados, por cada una de las ciudades, a los que estaban vinculados los periodistas que participaron en los dos estudios.

En la entrevista semiestructurada a periodistas se plantearon 41 preguntas entre cerradas y abiertas. Con las primeras se recogieron datos generales del perfil, tales como: estudios realizados, rangos de ingresos salariales, composición familiar y estratificación económica. Con las preguntas abiertas se indagó por variables como características socioeconómicas, condiciones laborales, trayectoria laboral, características de las empresas de comunicación de la región, presiones por parte de líderes políticos de la región y amenazas que hubieran recibido por parte de actores armados ilegales que operan en algunas de estas ciudades. Así mismo, se indagó por la percepción de los periodistas sobre cuestiones relacionadas con la libertad de expresión, derecho a la comunicación, autorregulación, censura, financiación de los medios, recursos tecnológicos y la formación continua, entre otros.

En las entrevistas a los periodistas se plantearon preguntas tales como: Según su percepción ¿En los medios de comunicación se garantiza la libertad de expresión? ¿Usted considera que puede proteger la confidencialidad de sus fuentes sin temor de enjuiciamiento ni hostigamiento? ¿Puede definir en qué consiste la independencia periodística? ¿En qué condiciones contractuales trabajan la mayoría de periodistas del medio para el que usted labora? ¿La justicia opera de manera eficiente en los casos de presiones, amenazas o asesinato de los periodistas? ¿Cómo accede a cada una de las tecnologías que usa para el ejercicio de su trabajo? ¿En los últimos cinco años ha recibido capacitación para el ejercicio de la profesión?

Las entrevistas se complementaron con la observación no participante, consistente en visitas realizadas a los periodistas en sus lugares de trabajo. La observación se centró en identificar las características de los sitios donde laboran, la infraestructura, los recursos tecnológicos disponibles, los equipos humanos de trabajo y los procesos de producción de la información noticiosa. Los datos obtenidos sirvieron para acercarnos a las prácticas de producción de la información, para explorar los criterios que tienen los periodistas en la selección de los sucesos que convierten en noticia, para identificar las fuentes de información más importantes a las que acuden, y para observar las relaciones de solidaridad y de conflicto que se generan entre los periodistas, así como la historia de los medios y sus propias trayectorias profesionales. Una primera conclusión, que se pudo evidenciar de esta experiencia, es que la historia de los medios locales y regionales en Colombia, aún está por sistematizarse.

Por el lado de las audiencias, la observación no participante permitió explorar, en lugares públicos, las prácticas de consumo de prensa escrita y de noticieros radiales y televisivos de las diferentes ciudades donde se hicieron las dos investigaciones. Se entrevistaron a 2012 personas sobre aspectos como: libertad de expresión y pensamiento, regulación de los medios, censura, violencia contra los periodistas, calidad del contenido informativo, reconocimiento y credibilidad a los periodistas, información local y, medios preferidos para escuchar, leer o ver noticias, entre otras cuestiones. Con la información obtenida por medio de las entrevistas y las observaciones no participantes, con periodistas y audiencias, se elaboraron las tipologías base que sirvieron para el análisis que se presenta de manera resumida en este artículo.

## **4. Hallazgos de la investigación**

Para analizar cómo se produce la información noticiosa, con respecto a las condiciones en que trabajan los periodistas, se tendrán en cuenta seis categorías en las cuales se agrupa la información recabada a lo largo de las entrevistas y del trabajo de observación *in situ* que se hizo en el desarrollo de los dos proyectos, en las dieciocho ciudades del país. Estas categorías son: estructura de la industria cultural regional (Mosco, 2006) –donde se ubican las empresas periodísticas–, flexibilidad laboral (Harvey, 2007), levedad del oficio (Sennett, 2003), deterioro de las condiciones laborales (Hallin y Mancini, 2008), precariedades sociales (Laval y Dardot, 2013), e incidencias en la calidad del producto informativo (Sampedro, 2000).

### **4.1. Estructura de la industria cultural regional**

Con excepción de las más grandes capitales de departamento (Cali, Medellín y Barranquilla) y de la capital del país, lo que se encuentra en la mayoría de las ciudades y regiones analizadas es una industria cultural a medio camino. La mayor parte de las empresas regionales que editan medios impresos (exactamente periódicos) son establecimientos comerciales de medianos ingresos. Tan reducidos llegan a ser sus volúmenes de facturación y de tiraje, que no aparecen reportes financieros de dichos medios en las bases de datos de la Superintendencia de Sociedades, entidad estatal encargada de la inspección, vigilancia y control de las sociedades mercantiles. Y las industrias mediáticas de radio o de televisión son microempresas o empresas unipersonales, que ni siquiera aparecen en registro oficial alguno.

Cuando se solicitó a las oficinas de hacienda pública, en las ciudades enumeradas atrás, información acerca de los reportes de ventas para el pago del impuesto de industria y comercio, por parte de las empresas periodísticas que operan en cada ciudad, esta no fue entregada, con el argumento de ser información reservada por ordenamiento del Estatuto Tributario vigente. La información que entregan las cámaras de comercio de cada una de estas ciudades, acerca del registro mercantil de dichas empresas, es muy básica. En el certificado que expiden, el cual es de acceso público, solo se indica el capital suscrito al momento de la constitución legal de la organización y el valor de los activos que reportaron inicialmente. Pero estas cifras no permiten establecer el tamaño de esas empresas como tampoco el peso que puedan tener en la contribución al producto interno bruto (PIB) en cada región.

Los avances, a medio camino, de la industria cultural regional se reflejan en los bajos ingresos salariales de la mayoría de los periodistas y de los demás trabajadores que allí laboran, como también incide para que se produzca un desarrollo desigual de la industria cultural a nivel nacional. Las grandes empresas de la industria de televisión, radio y prensa, tienen como epicentro la capital del país, donde se concentran los únicos dos diarios nacionales (*El Espectador* y *El Tiempo*) y las principales cadenas de televisión y radiodifusión (*Caracol* y *RCN*).

En conclusión, las empresas periodísticas regionales son pequeñas y tienen un modelo de información basado solo en el reconocimiento local, con un cubrimiento del diario acontecer limitado a las ciudades desde donde emiten y acentuado, preferentemente, en la actividad política gubernamental y en los sucesos de crónica judicial o de tragedias causadas por la naturaleza (inundaciones, desbordamientos de ríos, movimientos telúricos).

#### **4.1. Flexibilidad laboral**

Aunque en la industria cultural de origen y cobertura regional es donde más se observa el deterioro del empleo formal, de esta situación no escapan los medios de cobertura nacional y centralizada en Bogotá. Esto ocurre porque las condiciones para oferta de empleo formal, en el periodismo, comenzaron a deteriorarse hacia los años noventa del siglo pasado, cuando el país se sumergió en el modelo económico de apertura, privatización y reestructuración del Estado.

Colombia no vivió de fondo el proceso de sustitución de importaciones, ni alcanzó los desarrollos de un Estado de Bienestar, como lo lograron México, Argentina o Brasil (Ocampo, 2003, pp 321-372). No obstante, el mediano desarrollo industrial que se tuvo y las luchas obreras, que se libraron desde la época conocida como la República Liberal {1930-1942}, permitieron que el Estado colombiano desarrollara una legislación laboral que garantizaba y protegía mínimos derechos laborales, inclusive para trabajadores de los medios, entre quienes estaban los periodistas.

Pero con el ajuste estructural, impuesto por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial a los países en desarrollo, desde los años ochenta del siglo pasado vino una seguidilla de reformas laborales y sociales que abrieron los mercados a prácticas de contratos de trabajo tercerizados. Esto se evidencia hoy, para el caso de las empresas periodísticas regionales, en la protuberante informalidad laboral en que trabajan los periodistas en las regiones. De 139 periodistas entrevistados, solamente el 43% de ellos tiene contrato laboral y gozan de protección de seguridad social, lo mismo que de otros beneficios laborales. De ese 43%, la mayoría corresponde a pe-

riodistas que trabajan en los medios impresos (periódicos), puesto que las exigencias de circulación diaria implican compromisos económicos que demandan una nómina de trabajadores estables. La mayor parte de la informalidad laboral está en la radio y la televisión, donde la relación es netamente comercial: arriendo de espacios.

Como afirma Harvey (2007, p. 85), el fenómeno de la flexibilidad tiene dos resultados lesivos para los trabajadores: disminución de los salarios y aumento de la inseguridad laboral, factores que siempre representan pérdidas de beneficios y de formas de protección previamente existentes para quienes tienen que emplearse. Esta situación se evidencia en un extracto de la entrevista a Alcides Jáuregui, periodista veterano que vivió el cambio en Villavicencio (Meta), una de las ciudades donde se desarrollaron los dos estudios:

La radio tenía sus empleados y no había ningún problema porque devengaban un salario y tenían derecho a todas las prestaciones sociales; el periodista no vendía publicidad. Hoy en día, el periodista tiene que ir a comprar el espacio en la radio porque solo hay uno o dos medios que le pagan las prestaciones sociales como debe ser. Es decir, hoy en día para que el periodista pueda ejercer su profesión no le pagan, sino que tiene que pagar para poder trabajar (Valencia-Nieto, Pereira-González y Rodríguez-Leuro, 2012).

La situación de informalidad laboral también se explica porque, como afirmábamos más atrás, el desarrollo de las industrias culturales o industrias mediáticas en Colombia, hasta hoy es modesto. Realmente el país no cuenta, ni ha contado históricamente, con grandes y sólidas empresas informativas que tengan un peso importante en el PIB<sup>4</sup> nacional. Al revisar un informe de la revista *Semana*, sobre las 1000 empresas más grandes del país en 2018, encontramos que sólo nueve empresas mediáticas aparecen allí. Entre las 100 primeras, no aparece ninguna; tres, de las cinco que aparecen en el informe, inclusive reportaron pérdidas netas, presentando una considerable disminución en la facturación y en su patrimonio. Las demás empresas de información y entretenimiento como diarios, estaciones de radio, programadoras de televisión, o distribuidoras de cines que operan en el país, ni siquiera clasifican para un informe de este tipo.

Tabla 1. Los medios dentro de las 1000 empresas más grandes de Colombia

Empresa	Puesto entre las mil empresas más grandes	Ingresos Operacionales en 2018	Patrimonio a 2018	Utilidades netas en 2018
Caracol TV	148	US\$ 223.595	US \$ 179.816	US \$ 19.293
RCN TV	235	US \$ 144.645	US \$ 145.253	(- US \$ 26.373)
Cine Colombia	257	US \$ 133.809	US \$ 105.835	US \$ 24.253
Casa Editorial El Tiempo	292	US \$ 114.975	US \$ 66.328	(- US \$ 1.906)
Caracol Radio Grupo Prisa)	608	US \$ 54.813	US \$ 34.139	US \$ 6.932
Cinemark Colombia	647	US \$ 51.958	US \$ 27.448	US \$ 2.811
RCN Radio	690	US \$ 48.803	US \$ 115.730	(- US \$ 3.201)
WIN Sports	870	US \$ 38.685	US \$ 24.064	US \$ 22.487
Royal Films	969	US \$ 34.511	US \$ 27.333	US \$ 833

Fuente: Revista *Semana* (2019). Las cifras fueron convertidas de pesos a dólares

<sup>4</sup> Producto Interno Bruto

## 4.2. Levedad del oficio

Otro fenómeno que se infiere, en el trasfondo de la mayoría de las 139 entrevistas que se realizaron, es el bajo nivel de estímulo y desarrollo del ejercicio del periodismo en las regiones. Este sentimiento se percibe inclusive en los periodistas que han tenido la oportunidad de cursar estudios superiores y que, en algún momento, proyectaron su vida laboral y profesional en ese campo. Las condiciones de trabajo informal y las presiones a las que se ven sometidos los que producen la noticia, en las ciudades donde se hicieron los dos estudios, generan en la mayoría de los entrevistados una sensación de desencanto, de resignación o de acomodamiento a las circunstancias para sacar de ellas algún provecho.

Que estos periodistas tengan que rebuscar, inclusive antes que la noticia, el ingreso económico para poder subsistir, en medio de una ruda competencia por lograr el favor de quienes les ofrecen pauta publicitaria, tiene como consecuencias, entre otras, la necesidad de perseguir diversas fuentes de ingreso, obligándoles a ocuparse en actividades que, a veces, nada tienen que ver con el periodismo. *Rebusque*, se le denomina en Colombia: actividades de comercio, labores agrícolas, consultorías y asesorías de imagen a políticos y gobernantes, o cargos transitorios en la función pública (que se vuelven una puerta giratoria entre el poder político y el periodismo).

Un efecto nocivo de esta situación es el bajo desarrollo de identidad periodística, porque no consiguen proyectar la profesión a largo plazo. Como afirma Sennett, se produce una corrosión del carácter porque, en el caso de los periodistas, en las regiones de Colombia, estos no perciben, en las condiciones en que trabajan, oportunidades que les generen confianza para concebir su labor periodística de forma duradera. “*Nada a largo plazo*”, es un principio, expresado por este autor, que en los tiempos actuales corroe la confianza, la lealtad y el compromiso mutuos (Sennett 2003, p.22). Para la mayoría de los entrevistados, el ejercicio del periodismo es una actividad que prevén de breve duración, sin que les garantice estabilidad económica, en lo venidero, como tampoco un desarrollo profesional de largo aliento, de tal suerte que las condiciones laborales y sociales en que trabajan les sumen en el corto plazo.

Este fenómeno cortoplacista se puede medir en el bajo nivel de organización gremial en cada una de las ciudades. Existen agremiaciones, pero la mayoría de sus miembros las ven como círculos sociales que organizan eventos esporádicos; que solo sirven para encontrarse y compartir las inconformidades y hasta las penurias que padecen en el oficio. Ninguna de estas organizaciones tiene alcance sindical, ni logran conformarse como un contrapoder que conduzca a reclamar la más mínima protección laboral o social de sus afiliados.

Por supuesto, la casi nula identidad de los periodistas también afecta el oficio y la calidad de la información que circula por los medios donde trabajan. En entrevista a Jaime Caballero, periodista de Villavicencio (Meta), este afirma:

La mística se perdió. La camiseta se perdió. Este es un periodismo regional de estómago, es un periodismo que se volvió negocio. Aquí se gradúa usted en San Andresito<sup>5</sup> (lo dijo el Alcalde en la última celebración del día del periodista). Cuando

---

<sup>5</sup> *San Andresito*, se denomina a los lugares del comercio informal en Colombia, donde se distribuye la mayoría de las mercancías que entran por contrabando al país, actividad que, además, algunas mafias locales utilizan

se perdió la licencia se perdió todo esquema, porque ahora el que paga a una emisora entra y va al aire. Entonces pienso que es un periodismo de estómago y que la ética se perdió; trabajamos por el dios dinero, pero el periodismo investigativo, innovador, no. Esto se limita a boletines y ruedas de prensa y usted como tiene una hora que le dio el concesionario (otra cosa que mató al periodismo, porque usted compra una hora, la cubre, la paga y lo que queda es suyo) solo se limita a cuidar la pauta oficial. Y cuando la pauta oficial determina la ética de los periodistas, ahí se pierde toda rigurosidad en la información (Valencia-Nieto, et al, 2012).

Estas condiciones sociales en que laboran los periodistas, en la mayoría de las ciudades de Colombia, inciden para que se imponga la construcción de narrativas oficiales sobre la realidad regional. El pluralismo de voces que relaten el acontecer público se esfuma y, en su lugar, se instala la univocidad de las élites políticas regionales y del gobernante de turno. También desaparece la función fiscalizadora que el periodismo debe ejercer sobre las actuaciones de políticos y gobernantes, con el fin de contribuir a la construcción y cuidado de la esfera pública y para que la democracia sea robusta y no una mera formalidad reducida al sufragio.

Por otro lado, las características de la industria cultural colombiana, en especial el modelo de periodismo que se ejerce en las regiones, lo que hacen es ir devaluando, paulatinamente, la formación académica en este tipo de saberes y, por ende, a las instituciones educativas donde se ofrecen los programas de formación profesional periodística. Pese a las circunstancias descritas, anualmente egresa, de las universidades del país, un elevado número de profesionales del periodismo, aumentando la oferta de mano de obra calificada, de lo cual saben sacar provecho empresarios y otros particulares que controlan los medios de comunicación en el país. En un contexto de mercado laboral cada vez más desregulado, con una industria cultural desarrollada a medio camino, la sobreoferta de periodistas graduados en universidades empuja, cada vez más, los salarios a la baja y profundiza las condiciones de precarización laboral.

### **4.3. Deterioro de las condiciones laborales**

Como anotábamos en el punto de flexibilidad laboral, el mayor impacto de dicha situación se refleja en las limitadas condiciones laborales en que trabajan la mayoría de los periodistas entrevistados. Por supuesto, a excepción de Bogotá, donde casi todos tienen contrato laboral con garantías de ley, y de quienes trabajan, en las principales ciudades, para diarios impresos o para alguna emisora de las dos cadenas radiales que pertenecen a los dos grupos económicos más grandes del país, todos los demás periodistas que entrevistamos trabajan en condiciones laborales precarias o nulas.

Además de que no tienen una relación laboral con la estación radial o con el canal de televisión donde ejercen el oficio de periodismo, los ingresos no son estables, ni están garantizados de forma continua. Algunos de ellos hacen lobby, la mayor de las veces rayando en el cinismo, para llegar hasta el despacho mayor de la gobernación del departamento, la alcaldía municipal o el cabildo municipal, con el fin de conseguir anuncios publicitarios oficiales y asegurarse el sostén económico. Esto suele

---

para el lavado de dineros provenientes del narcotráfico (allí, los periodistas, adquieren video grabadoras y otras herramientas tecnológicas para el ejercicio del oficio).

ocurrir porque el tamaño de los mercados locales no da para que el sector privado de la economía pueda pautar con amplia presencia en los medios locales.

En contraste, pese a que las estaciones de radio o televisión no les ofrecen estabilidad laboral, aquellas se nutren del trabajo de los periodistas, aunque este llegue a ser de regular o mala calidad, permitiéndole, a propietarios o concesionarios, extraer una ganancia que no les demanda costo alguno. Estos concesionarios, impunemente, se enriquecen con el trabajo de periodistas a quienes no les remuneran en nada; en cambio, les asegura no solo el funcionamiento de las estaciones radiales sino la permanencia de las audiencias, las cuales identifican más a las emisoras con la región que a los propios periodistas que producen la noticia. Bolaño describe este fenómeno así:

El trabajo del artista, del técnico o del periodista es un trabajo concreto que produce una mercancía concreta para llenar una necesidad social concreta (necesidad que puede ser, como en el caso de cualquier mercancía, “impuesta” de alguna forma). Pero para crear esa mercancía (el programa, el periódico, la película), esos profesionales invierten energía, músculos, imaginación, en una palabra, desarrollan trabajo humano abstracto. La subordinación de los trabajos concretos a las necesidades de valorización del capital en trabajo abstracto. Pero el trabajo cultural es diferente porque crea no una, sino dos mercancías (Bolaño, 2013, pp. 246-247).

Ya lo anotábamos atrás, las dos mercancías a que se refiere Bolaño (2013) son el producto informativo y la audiencia, mercancía que se revende luego a los demás anunciantes del medio, y hasta a los políticos locales que corren desesperadamente tras las audiencias de estos medios. En palabras más crudas, el trabajo del periodista no se paga, pero se le extrae una plusvalía absoluta, sometiéndole, de paso, a situaciones laborales lesivas por la dureza de las condiciones en que tienen que buscarse los medios de subsistencia, lo cual, además, va en detrimento de su actividad como profesional.

Por supuesto, en la afanosa búsqueda por un ingreso, los periodistas en las regiones acuden a arrendar los espacios en radio y televisión de manera tan proliferante que se produce un exceso de informativos, en los que diariamente se repiten los contenidos. Algunos de estos noticieros llegan a convertirse en tribuna de disputa entre opositores políticos, en desmedro de la información y agudizando, cada vez más, la precariedad laboral de quienes ejercen la actividad periodística. En entrevista a William Peña, un periodista de Ibagué (Tolima), describe así la situación de su ciudad:

Anteriormente había 7, 8 noticieros radiales y otros que se hacían los sábados; en este momento hay 49 noticieros diarios y lo que es peor: todos quieren vivir de la pauta oficial. Entonces la independencia en el ejercicio se pierde, no porque los periodistas sean vendidos, sino porque es una necesidad; el estómago manda más. La mayoría de esas personas sobreviven con una hora arrendada; su horizonte comercial son las entidades de gobierno y los políticos. A veces no les alcanza para pagar el espacio, pero se inventan la manera de tener unos ingresos adicionales y en su escala de rendimiento social, eso es mucho. Entonces, los periodistas son muy mal pagos en el Tolima; sigue manejándose por cupos y esa situación económica dificulta mucho el ejercicio del periodismo y de los medios. Nos ha tocado de esa manera porque nadie nos apoya en nada y a los periodistas nos toca mirar cómo *rebuscarnos* (Valencia-Nieto, et al, 2012).

Este deterioro de las condiciones laborales, parafraseando a Hallin y Mancini (2008, pp. 30-33), erosiona al periodismo como depositario de la confianza pública, porque impide a los periodistas de las ciudades referidas, ejercer su labor con profesionalidad. Actuar con profesionalismo significa ser testigo honesto, es decir, narrar el presente, tal como lo percibe el periodista, sin importar sus orientaciones políticas, creencias o gustos. Los dos teóricos identifican tres dimensiones necesarias para el ejercicio del periodismo con profesionalidad, dimensiones que esta labor tiene en común con profesiones liberales como el derecho o la medicina: autonomía, normas profesionales específicas y un trabajo orientado hacia una ética de servicio público.

La autonomía garantiza que las decisiones sobre el tratamiento de la información solo la puedan tomar los profesionales del periodismo, razón por la cual toda interferencia exterior es inapropiada. Pero las precarias condiciones laborales de los periodistas en estas regiones del país abren la puerta para que agentes del poder político y económico se inmiscuyan, constantemente, en los procesos de producción de las noticias, sacrificando la autonomía del oficio. A lo anterior se suma que, como el periodismo colombiano, en general, no cuenta con una tradición de colegiatura de la profesión, por ende, no existen normas profesionales específicas para asegurar la calidad y la ética periodística.

Por tal razón, la excelencia en el ejercicio de la práctica profesional y el prestigio profesional de los periodistas en esas ciudades son puestos en cuestión, tanto por las audiencias como por ellos mismos. Finalmente, el deterioro de las condiciones laborales de los periodistas en las regiones del país les impide orientar su trabajo hacia una ética de servicio público, comprometiendo, de paso, el principio de responsabilidad social que la sociedad demanda del periodismo como guardián de la confianza pública (Hallin y Mancini, 2008, pp. 34-37).

#### **4.4. Precariedades sociales**

Otro aspecto que se observa en las diferentes ciudades y regiones tiene que ver con lo que llamamos precariedades sociales; en estas naufraga el periodismo regional en tanto las lesivas condiciones laborales les restan capacidad de independencia y hasta de resistencia frente a los agentes de poder económico y político. Muchos de estos periodistas continuamente son objeto de presiones por parte los gobernantes de turno y de los políticos en ejercicio para que la información se acomode a sus intereses. También tienen que estar respondiendo a pleitos ante los estrados judiciales, siempre demandados por agentes locales poderosos que les ven inermes, primero, por falta de agremiaciones sindicales fuertes, y, segundo, por falta de respaldo de los medios de comunicación desde donde emiten la información.

Esto genera entre los propios periodistas una disputa interna, no solo por el tipo de relato que producen para favorecer, o inclusive para atacar, a gobernantes y a representantes del sector político, sino en la búsqueda de cuotas económicas que les ayuden a subsistir. La precariedad de las condiciones laborales y sociales, en que actualmente los periodistas de las regiones cumplen su labor en Colombia, no está alejada de la lógica de competencia desahogada, promovidas por las corrientes del ideario liberal a ultranza que en esta época se impone en todas las áreas de la existencia. Al respecto, Laval y Dardot (2013, p. 47), afirman que la competencia es hoy una lucha entre rivales y motor del progreso de las sociedades. *¡Ay de los vencidos en la competición económica!*, afirman estos dos autores, es lema de la competición

como norma general de la existencia individual y colectiva de la vida nacional y de la vida internacional.

La mayoría de los periodistas que trabajan, sobre todo en radio y televisión, en las regiones donde se hicieron los dos estudios, se ven abocados a prácticas de competencia que les llevan a degradar la tarea de informar. Además, se exponen a toda suerte de abusos y riesgos, tales como someterse al manoseo de los agentes de poder local, a la persecución individual que puede llegar hasta el desplazamiento forzado, e inclusive, en algunos casos, a ser asesinados. Cualquiera sea la amenaza que se cierna sobre los periodistas, siempre estará asociada a las duras y lesivas condiciones en que la mayoría de ellos tienen que buscarse el sustento y la posibilidad de tener un espacio para el ejercicio de la actividad periodística. El periodista Marco Espinosa, de la ciudad de Sogamoso (Boyacá), describe así la situación:

Aquí existen dos maneras de chantaje: una, la pauta publicitaria: “Este, habla bien de mí y yo le doy pauta”. Hay periodistas con pequeños medios que duran mendigando para que por ahí cada tres o cuatro meses les den algo, y mientras tanto no pueden decir nada diferente a que todo es bueno; y los tienen ahí. Es cuestión de hambre. La otra son las presiones de abogados que usan para perseguir a los periodistas, demandándolos en los juzgados por la información que se difunde sobre denuncias en el mal manejo de los recursos públicos.

Las presiones de la administración local son graves, pero no tanto como la de los concejos municipales. Cuando se hace una denuncia de la ineficacia y la falta de transparencia o cualquier cosa, ellos, lo concejales, empiezan a buscar por todo lado cómo cerrar el medio (Valencia-Nieto, et al, 2012).

A través de esos tipos de chantaje se impone, veladamente, un veto a la información que pueda llegar a afectar intereses particulares, además que se somete, a los periodistas responsables de la información pública, a buscar maneras de acomodarse a las condiciones impuestas por los agentes de poder local. La competencia es de ferocidad, entre los mismos colegas, al momento de la asignación de las cuotas de publicidad oficial, en desmedro de las condiciones sociales y políticas para el ejercicio del periodismo en las regiones.

#### **4.5. Incidencias en la calidad del producto informativo**

La situación descrita en los apartados anteriores incide fuertemente en la elaboración de los productos informativos que se difunden a través de los medios periodísticos regionales; dicha situación tiene un alto impacto en la formación de la opinión pública en las diferentes ciudades donde se hicieron los dos estudios. Hablamos de la opinión pública porque, para la formación de esta, los medios de comunicación masiva, sobre todo el periodismo, contribuyen en un alto grado de importancia.

Víctor Sampedro Blanco (2000), en su estudio sobre la opinión pública y los medios, afirma que es cierto que los periodistas no nos dicen lo que tenemos que pensar, pero sí pensamos sobre los asuntos de los que nos informan (p. 92). Es decir, los productos periodísticos delimitan las fronteras de nuestros conocimientos y juicios porque, mediante la información que se produce y se difunde, el periodismo genera

atención social y conecta a los individuos en grandes grupos de opinión, más allá de su voluntad, con los temas que conciernen al interés público, con las decisiones de poder, y con la formación de la esfera pública (pp. 51-52).

Una primera anotación es que, aunque estos medios se autodenominan medios regionales, realmente al escuchar, ver o leer sus contenidos, en muy pocos de ellos se encuentra un relato regional. En la mayoría de estos medios la información es preferentemente local, con fuerte énfasis en sucesos de crónica judicial, política local, hechos de la administración pública municipal, actividades deportivas, algunos temas sociales cercanos a las comunidades barriales (la mayor parte de denuncia) y temas de farándula. No hay un relato de región, en buena parte porque, como la mayoría de estos periodistas trabajan mediante arriendo de los espacios en la radio y la televisión local, no cuentan con tiempo ni recursos para hacer de corresponsales en los municipios o zonas rurales que conforman una región.

En el caso de la radio y de los noticieros de televisión local, la mayor parte de estos se convierte en tribuna de posiciones partidistas, reflejo de la cercanía periodismo-política, la cual condiciona la información veraz. Las fuentes de la noticia son limitadas: policía nacional, fiscalía, gobernación, alcaldía, concejo municipal, hospital local y diócesis. En las ciudades grandes, donde circulan diarios de corte sensacionalista, o prensa popular, las notas son ligeras, denunciando problemas en las vías, en los servicios públicos, o de seguridad; relatos que entretienen por la forma como se presentan, sobre todo los de crónica judicial (asaltos callejeros, accidentes, delitos sexuales), pero que no trascienden el momento y el suceso. En entrevista a Rogelio Gómez, periodista de ciudad de Villavicencio (Meta), anota:

Lo que he visto en televisión es un periodismo superficial; no hay investigación. Igual, el orden público no permite que haya un periodismo a profundidad; no podría haber investigación que destape ollas de corrupción. El que haga eso pues teme morir; entonces el periodista se auto censura, porque ¿qué da dinero?: entrevistar al político, estar con el alcalde. Un periodista no se va a poner a investigar y quemar tiempo en otras cosas.

A veces uno escucha en radio que arrancan con cualquier cantidad de noticias, pero en realidad no es nada lo que dicen, dentro de la franja, al respecto. Se acaba el noticiero y muchas de esas noticias se quedaron solo en el titular. Nos hace falta un poquito de investigación; y esa es una falencia que tenemos clara: nos quedamos con el diario vivir de la noticia y poco investigamos (Valencia-Nieto, et al, 2012).

Por consiguiente, la construcción de la memoria colectiva regional, mediante el relato noticioso, se queda en un mero anecdotario sobre sucesos que, en su mayoría, no logran mostrar el acontecer público, en toda su complejidad y variedad. A las audiencias de estos medios se le entregan mensajes inconexos, porque el relato que construyen los periodistas en esas ciudades presenta los hechos descontextualizados de la situación económica, política, social y cultural, concreta y profunda. Además, es un relato que refuerza las narrativas hegemónicas de quienes detentan el poder en las regiones, haciendo invisibles otros temas y actores sociales que se organizan y movilizan en torno a procesos de organización social desde abajo.

## 5. Conclusiones

La descripción hecha atrás, sobre las condiciones laborales y sociales en que trabajan los periodistas en las regiones de Colombia, muestra un panorama desalentador, además que sirve para explicar por qué la información que ofrecen estos medios regionales es de dudosa calidad, y por qué el aporte del periodismo, en las regiones, a la formación de la opinión pública es tan mediocre. Este último aspecto es delicado porque, el país, desde 2012, viene en búsqueda de acabar con el conflicto armado, producto de la violencia política que lleva más de siete décadas, para lo cual urge una opinión pública favorable a la paz, desprovista de odios y de miedos y, consciente del valor de la participación ciudadana para fortalecer la democracia. Frente a este desafío histórico, hay que decirlo, el periodismo que se hace en las regiones del país es muy inferior al mismo.

Por supuesto, se reconoce que como los diarios impresos que circulan en las capitales de departamento y algunas emisoras radiales, propiedad de los grupos económicos, cuentan con periodistas contratados en condiciones laborales normales, eso contribuye a que la información que producen esos medios alcance estándares de calidad un poco más altos que el común de los medios regionales. Pero, de todas maneras, los medios que no pertenecen a este tipo de empresas, y que son mayoría, tienen un peso significativo en la formación de la opinión pública local, lo que explica el fenómeno, por ejemplo, del elevado número de noticieros de radio que se emiten por las estaciones radiales de las diferentes ciudades.

Como sea, lo que se percibe, aún al observar el rango de ingresos de los periodistas que cuentan con contrato laboral formal, es que el ejercicio del periodismo, en las regiones de Colombia, vive asediado por la poca valoración como actividad profesional. No se les considera dignos de tipos de remuneración y de condiciones sociales que les nivele con otras profesiones más favorecidas social y económicamente. Además, como muchos de estos periodistas tienen que ejercer su labor profesional denunciando a personajes públicos, poniendo en evidencia las falencias de los gobernantes, o visibilizando los problemas que asedian a las comunidades, esto siempre les pone en la situación de trabajar bajo presión.

Como decíamos al comienzo de este artículo, el pobre desarrollo de las industrias culturales en Colombia incide para que no existan, a nivel nacional y menos a nivel regional, sólidas empresas periodísticas que garanticen condiciones ideales para el ejercicio del periodismo, una profesión tan importante y necesaria para la democracia y el desarrollo de un país. Gonzalo Jiménez, periodista de la ciudad de Tunja (Boyacá), anota al respecto:

Los políticos nos utilizan porque saben cuál es nuestra parte más débil. Saben que el punto débil de nosotros, los periodistas, es lo económico. Porque si tenemos un espacio para emitir la información, hay que pagarlo; y si no tenemos cómo, toca cerrarlo. Entonces el funcionario sabe que no importa si está haciendo las cosas bien o mal, mientras tenga al amigo periodista (Valencia-Nieto, et al, 2012).

Las audiencias de estos medios regionales guardan reservas y prevenciones frente a la información que reciben a través de los medios regionales. La mayoría asocian el periodismo local con los agentes de poder y manifiestan poca expectativa por encon-

trar en los medios periodísticos regionales información que contribuya a formar una opinión pública dispuesta a movilizarse ante los abusos de gobernantes, de políticos y de agentes económicos poderosos. La mayor parte de la información noticiosa que estos medios emiten es pasional, emotiva, sesgada y cargada de prejuicios, por lo que no suscitan mayor grado de credibilidad y, en cambio, generan una opinión pública prejuiciosa y escéptica a la participación en los asuntos públicos.

Una glosa antes de terminar. En Colombia organizaciones como la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP y la Federación Colombiana de Periodistas FECOLPER han realizado enormes y valerosas acciones para evidenciar y denunciar las amenazas a la libertad de expresión, la mayor parte de ellas como resultado del amedrentamiento y el asesinato de periodistas en las diferentes regiones. Frente a los hallazgos de esas investigaciones y a los esfuerzos que hacen la FLIP (2009, 2018) y FECOLPER (2015), denunciando la violencia contra los periodistas en Colombia, no abrigamos ninguna duda y tampoco dejamos de reconocer la importancia de esos estudios para la sociedad y para el periodismo.

Pero el presente artículo tenía como propósito apuntar, con vehemencia, que las condiciones laborales y sociales en que trabajan los periodistas, lo mismo que la estructura de concentración de la propiedad de los medios en Colombia, son una amenaza contundente y de mayor impacto contra la libertad de expresión en el país. Por eso, sería importante y valioso que organizaciones como la FLIP y FECOLPER, que cuentan con alto reconocimiento y credibilidad, a nivel interno y en escenarios internacionales donde se debate la situación del periodismo, se ocuparan más del problema que aquí hemos tratado.

De no hacerlo, los informes de esas dos organizaciones, sobre asesinato y persecución de periodistas, seguirán siendo bien recibidos, acompañados y ampliamente difundidos por los propietarios de los grandes medios, hábiles en sumarse a ese tipo de denuncias, porque siempre están prestos a confundir libertad de prensa con libertad de empresa. Lo que nunca recibirán bien, tanto los dueños de los medios de comunicación como los directivos de gremios como la Asociación Colombiana de Medios de Información AMI, será informes que denuncien que el fenómeno de la concentración de la propiedad, o que las relaciones capital/trabajo, en el periodismo, son altamente lesivas para el ejercicio de la libertad de expresión y para la libertad de prensa.

Finalmente, los hallazgos de los dos proyectos de investigación nos llevan a concluir que las condiciones laborales y sociales, en que trabajan los periodistas regionales en Colombia, deben ser asunto de políticas públicas de comunicación y de información en Colombia. Se requiere que en el país se genere un debate amplio y transparente sobre la comunicación y el periodismo, para trazar una política pública del sector. Política que no solo se ocupe de asuntos tecnológicos y de infraestructura, sino de las formas de propiedad de los medios, así como de la profesionalidad y el profesionalismo del ejercicio del comunicador social y del periodista, aspectos de suma importancia para la democracia.

**Medios donde estaban vinculados los periodistas que participaron  
en los dos estudios, por ciudad**

<b>Ciudad</b>	<b>Radios</b>	<b>Periódicos</b>	<b>Noticieros de TV</b>
<b>Armenia</b>	Olimpica Estéreo, La Mega, Masmusica.fm, RCN Radio, Tropicana	Crónica del Quindío, El Quindiano	Telecafé, Cable Noticias, Quindío Televisión
<b>Barranquilla</b>	Radio Libertad, Cardenal, Radio Tropical, Emisora Atlántico, Radio Aeropuerto, La voz de la Costa, Emisora ABC, La Cariñosa	El Informativo, El Herald, Q'Hubo	Telecaribe, Cable Noticias
<b>Bogotá</b>	Antena 2, Aviva2 Radio, Colmundo Radio, La Cariñosa, La Voz de Bogotá, Melodía Estéreo, Radio Cordillera, Blu Radio, RCN Radio, La FM	ADN, El Espectador, El Nuevo Siglo, El Periódico, El Tiempo, Extra, La República	Caracol Televisión, RCN, Canal Uno, Canal Institucional, Señal Colombia, CityTv, Cable Noticias, Canal Trece, Canal Capital
<b>Bucaramanga</b>	RCN Radio Uno, Caracol Radio, RCN Antena 2, RCN Radio	Vanguardia, Q'Hubo, La Opinión	Cable Noticias, Telesantander, Canal TVC
<b>Cali</b>	Colmundo Radio, Radio Auténtica, W Radio, La Voz de Cali, Radio Calima, Antena 2, Radio Reloj	Diario de Occidente, El País, Q'Hubo de Cali	Telepacífico, Cable Noticias
<b>Cartagena</b>	Caracol Radio, Radio Príncipe, Antena 2 - La Cariñosa, Aviva2, Radio Auténtica	El Universal, Q'Hubo	Telecaribe, Cable Noticias, Canal Cartagena
<b>Chiquinquirá</b>	Reina de Colombia, Radio Furatena, Gracia Estéreo	Extra Chiquinquirá, Boyacá 7 días	Cable Noticias
<b>Duitama</b>	La Cariñosa, W Radio, Lluvias Radio	Boyacá 7 Días	Cable Noticias
<b>Girardot</b>	Radio Colina (Girardot), La Cariños, Radio Uno	Extra	Cable Noticias
<b>Ibagué</b>	Ecos del Combeima, La Voz Del Tolima, La Voz del Pueblo, Radio Uno	El Nuevo Día, Q'Hubo	Cable Noticias, Canal PyC Televisión
<b>Manizales</b>	Radio Manizales caldas Colombia, La Cariñosa Antena 2, Radio María, Radio Cóndor, Radio Auténtica	La Patria, Q'Hubo Manizales	Cable Noticias, Canal UNE Manizales
<b>Medellín</b>	La Voz del Río Grande, La Voz de Antioquia, Radio Paisa, La Cariñosa, Ondas de la Montaña	El Mundo, El Colombiano	Telentioquia, Cable Noticias, Televida, Telemedellín
<b>Neiva</b>	HJ Doble K, Radio Garzón, Huila Estéreo, Neiva Estéreo/W Radio, Cristalina Estéreo	Diario de Huila, La Nación	Cable Noticias
<b>Pereira</b>	Transmisora Quindío, Robledo 840, Todelar Radio Única, Antena de los Andes, Radio Cristal, Pereira al Aire	El Diario del Otún, La Tarde, Q'Hubo Pereira, Extra Pereira	Red+ Noticias, Canal CNC

Ciudad	Radios	Periódicos	Noticieros de TV
<b>Sogamoso</b>	Antena 2, Tropicana, Toca Estéreo, Sol Estéreo, Radio Uno, Bésame	Excelsio	Cable Noticias
<b>Tunja</b>	Armonías Boyacenses, Caracol Radio, Radio Auténtica, Emisora Radio Recuerdos, Cadena Radial Boyacense, RCN Radio	Boyacá 7 Días, Extra Tunja, Boyacá	Cable Noticias
<b>Villavicencio</b>	La Voz del Llano, La Cariñosa / La FM, Radio Auténtica, RCN Radio, La Voz de los Centauros, Ondas Del Meta, Radio Uno	Periódico Llano al Mundo, Periódico del Meta, Extra Villavicencio	Cable Noticias, Chamorro Televisión
<b>Zipaquirá</b>	La Nota Stéreo, Armoniaz, Catedral Stéreo	Gente Activa	Cable Noticias

Fuente: Elaboración de los autores a partir de los datos suministrados por los dos proyectos de investigación

## Bibliografía

- Arroyave, J. y Blanco, I. (2005): «Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación», *Investigación y Desarrollo*, vol. 13, no. 2, pp. 364-389. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/268/26813207.pdf>. Consultado el 15 de febrero de 2019.
- Beam, R. (2006): "Organizational Goals and Priorities and the Job Satisfaction of U.S. Journalists", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 83, no. 1, pp. 169-185. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769900608300111>
- Becerra M. y Mastrini G. (2006): "Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano", *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol 11, pp. 111-128. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110111A>. Consultado el 15 de marzo de 2019.
- Becerra M. y Mastrini G. (2017): *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías y menos actores*. Buenos Aires: Editorial Universidad Nacional de Quilmes y Observacom (Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia).
- Bolaño, C. (2013): *Industria Cultural, Información y Capitalismo*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Calvo, L. (2005): "El informe sobre la situación laboral y profesional del periodista digital en Cataluña", en *Mediatika*, nº 11, pp. 171-183. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/11497916.pdf>. Consultado el 22 de febrero de 2019.
- Corrales, O. y Sandoval, J. (2005): "Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión", *Documentos de Investigación, Instituto de la Comunicación e Imagen, Centro de Estudios de la Comunicación, Universidad de Chile*. Disponible en <http://www.comunicacion.uchile.cl/corrales2005.html>. Consultado el 28 de marzo 2019.
- Délano, M., Niklander, K., y Susacasa, P. (2018): "Los periodistas recién titulados y el mercado laboral", *Revista Calidad en la Educación*, no.27, pp. 206-234. DOI: <https://doi.org/10.31619/caledu.n27.224>

- Deuze, M. (2005): “What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered”, *Journalism*, vol. 6, no. 4, pp. 442–464. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Farias, P. et al. (2010): “Informe Anual de la Profesión Periodística 2010”. *Asociación de la Prensa de Madrid*. Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/311355083\\_Informe\\_Anuual\\_de\\_la\\_Profesion\\_Periodistica\\_2010](https://www.researchgate.net/publication/311355083_Informe_Anuual_de_la_Profesion_Periodistica_2010). Consultado el 22 de febrero de 2019.
- Federación Colombiana de Periodistas FECOLPER (2015): “Informe sobre afectaciones a la libertad de prensa en Colombia”. Disponible en [https://issuu.com/fecolper/docs/informe\\_fecolper\\_2015](https://issuu.com/fecolper/docs/informe_fecolper_2015). Consultado el 25 de marzo de 2019.
- Flichy, P. (1980): *Las multinacionales del audiovisual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Fundación Konrad Adenauer (2005): “Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos”. *Program of Communication Media and Society: IPYS*. Disponible en: [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=e72ec6dc-e82a-be0a-7b10-bf53b3a6a0c4&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=e72ec6dc-e82a-be0a-7b10-bf53b3a6a0c4&groupId=252038). Consultado el 28 de marzo de 2019.
- Fundación para la Libertad de Prensa FLIP (2009): “La amenaza y la estigmatización: intimidaciones invisibles contra la prensa. Informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia en 2008”. Disponible en: <https://flip.org.co/index.php/es/publicaciones/informes/item/436-informe-sobre-el-estado-de-la-libertad-de-prensa-en-colombia-en-2008>. Consultado el 25 de marzo de 2019.
- Fundación para la Libertad de Prensa FLIP (2018): “Prensa acorralada: un juego de violentos y poderosos. Informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia 2018”. Disponible en <https://flip.org.co/micrositios/informe-2018/index.html>. Consultado el 25 de marzo de 2019.
- García-Pino, C., Ramírez-Leiva, D. y Osorio-Fonseca, J. (2015): “Situación laboral del periodista: campo de estudio en construcción”, *Poliantea*, vol. 11, no 20, ppp 115-140. Disponible en: <https://journal.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/654/547>. Consultado el 22 de febrero de 2019.
- Garnham, N. (1979): “Contribution to a Political Economy of Mass Communication”, *Media, Cultura and Society*, vol. 1, pp. 123-146.
- Gómez-Monpart, J.L., Gutiérrez, J.F. y Palau, D. (2015): “Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional”, *Comunicar*, vol. 45, pp.143-150. DOI: <https://doi.org/10.3916/C45-2015-15>
- Gutiérrez, L. et al. (2010): “Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos”, *Investigación y Desarrollo*, vol. 18, no. 1, pp. 24-43. Disponible en: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewArticle/965/4585>. Consultado el 22 de febrero de 2019
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008): *Sistemas Mediáticos Comparados*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Harvey, D. (2007): *Breve historia del Neoliberalismo*. Madrid: Akal S.A.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1981): “La Industria Cultural. Ilustración como engaño de masas”, en Horkheimer, M. y Adorno, T. *Dialéctica de la ilustración*; Madrid: Editorial Trotta, S.A., pp. 165-212
- Laval, Ch. y Dardot, P. (2013): *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Martín, R. y Amurrio, M. (2007): “Periodistas del medio audiovisual: formación y situación laboral”, en Peñafiel, C. (coord.). *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. Bilbao: Universidad del País Vasco, pp. 119-213.
- Mattelart, A. y Siegelau, S. (Eds.). (1979): *Communication and Class Struggle. Vol 1: Capitalism, Imperialism*. New York: International General.

- Mosco, V. (2006): "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después", *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pp. 57-79. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A> Consultado el 26 de marzo 2019.
- Mosco V. (2009): *La Economía Política de la Comunicación. Reformulación y Renovación*. Barcelona: Editorial Bosch, S.A.
- Murdock G. y Golding P. (1977): "Capitalism, Communication and Class Relations", en Curran, J., Gurevitch, M. y Woolcott, J. (eds.). *Mass Communication and Society*. Londres: Edward Arnold (for) the Open University Press, pp. 12-43.
- Ocampo, J. y Tovar, C. (2003): Colombia en la era clásica del "Desarrollo hacia adentro" (1930-1974), en Cárdenas, E., Ocampo, J. y Thorp, Rosemary (eds.). *Industrialización y Estado en la América Latina: la leyenda negra de la posguerra*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, *El Trimestre Económico*, pp. 321-372.
- Odrozola-Chéné, J., Aguirre-Mayorga, C. y Roa-Chejín, M. S.(2016): "Los condicionantes en el desarrollo de una buena praxis periodística en Ecuador: estudio de los factores de influencia según los profesionales ecuatorianos", *Revista ComHumanitas*, vol. 7, no. 1, pp. 89-109. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5896239>. Consultado el 24 de marzo de 2019.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2017): "Indicadores de desarrollo mediático para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social". Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-development-indicators-a-framework-for-assessing-media-development/> Consultado el 20 de febrero de 2019
- Pasquali, A. (1990): *Comprender la Comunicación*. 4ª ed. Caracas: Monte Avila Latinoamericana
- Semana (2019, 22 de abril) Las 1000 empresas más grandes de Colombia. Disponible en: <https://www.semana.com/seccion/contenidos-editoriales/las-1000-empresas-mas-grandes-de-colombia/362> Consultado el 24 de agosto de 2019
- Rodríguez-Andrés, R., Canel, M. y Sánchez-Aranda, J. (2000): *Periodistas al descubierto: retrato de los profesionales de la información*. Madrid: CIS.
- Rodríguez-Andrés, R. (2003): "Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional", *Ámbitos*, no. 9-10, pp. 487-. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=793175>. Consultado el 24 de febrero de 2019.
- Sampedro, V. (2000): *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Editorial Istmo.
- Sánchez-Illán, J. C. (2005): "El perfil profesional del periodista español. Evolución reciente y nuevos desafíos (1990-2005)", *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, no. 63, pp. 63-85. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1263330>. Consultado el 24 de febrero de 2019
- Schiller, D. (1985): "The emerging global grid: planning for what?", en *Media, Culture and Society*, vol. 7, no. 1, pp. 105-125. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F016344385007001007>
- Sennett, R. (2003): *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Schulz, W. (2001): "Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society. *Hungarian Europe Society*", [blog octubre de 2000] Disponible en <https://www.europesociety.hu/en/blog/preconditions-journalistic-quality-open-society>. Consultado el 15 de marzo de 2019.

- Smythe, D. (1983): “Las comunicaciones: agujero negro del marxismo occidental”, en Richeri, G. (ed.). *La televisión: entre servicio público y negocio*. Barcelona: Gustavo Gilli, pp 71-103.
- Tuñez, M., coordinador (2011): “Informe sobre a situación laboral dos e das xornalistas Galegos e o impacto da crise no sector”, en *Publicacións do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia*, Disponible en [http://www.xornalistas.com/web/uploads/materiais\\_biblioteca\\_adxuntos/adxunto/495/55c0af412c-informecrise.pdf](http://www.xornalistas.com/web/uploads/materiais_biblioteca_adxuntos/adxunto/495/55c0af412c-informecrise.pdf) Consultado el 22 de febrero de 2019.
- Tuñez, M., y Martínez, M. Y. (2015): “Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales del periodista en la producción de noticias: Hacia un periodismo de empresa”, *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 19, no. 36, pp. 37-54. Disponible en <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/13486/12072> Consultado el 20 de febrero de 2019
- Valencia-Nieto, D.G., Pereira-González, J.M., y Rodríguez-Leuro, J.A. (2015): “Entrevistas a periodistas en las regiones de Colombia”, [Copia inédita en posesión de los autores]. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Weaver, D. et al. (2006): “The American journalist in the 21th century: U.S. news people at the dawn of a new millennium”, *Journal Political Communication*, vol. 24, no. 4, pp. 459-461. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584600701641755>

