

Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales

ADRIANA AMADO (ARGENTINA)

JESÚS ARROYAVE (COLOMBIA)

JOSÉ LUIS BENÍTEZ (EL SALVADOR)

PALMIRA CHAVERO RAMÍREZ (ECUADOR)

MIGUEL GARCÉS (COLOMBIA)

SALLIE HUGHES (MÉXICO)

MIREYA MÁRQUEZ (MÉXICO)

CLAUDIA MELLADO (CHILE)

SONIA VIRGINIA MOREIRA (BRASIL)

MARTÍN OLLER ALONSO (ECUADOR)

La descripción del perfil laboral y los roles profesionales de los periodistas de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y México aporta evidencias de ciertas tendencias que ayudan a entender en qué consiste ser periodista en América Latina. Dentro del marco del proyecto Worlds of Journalism Studies (WJS),¹ equipos de investigación de estos países analizaron los datos obtenidos a partir de una encuesta común durante los años 2013 y 2015 (véase anexo de este capítulo). Este estudio de la situación profesional de los periodistas en América Latina se enmarca dentro de las redacciones de los medios de comunicación donde estos desarrollan su trabajo. El sistema mediático en el que participan estos medios y periodistas se inscriben, a su vez, en los contextos particulares de cada uno de estos países latinoamericanos, con determinadas peculiaridades definidas por sus sistemas político, económico, social, cultural, académico, tecnológico, entre otros. Sin desconocer esta diversidad, la comparación de algunas características de la profesión a nivel regional a partir de ciertos indicadores comunes permite considerar las similitudes y las diferencias como punto de reflexión acerca de una identidad regional dentro de las diversidades locales.

Los datos obtenidos en los siete países analizados permiten ponderar los cambios en la profesionalización de la actividad periodística en la región y aportar perspectivas a la discusión de los modelos de periodismo, especialmente los occidentales, que son los estudios que cuentan con una mayor tradición tanto en Europa como en Estados Unidos.

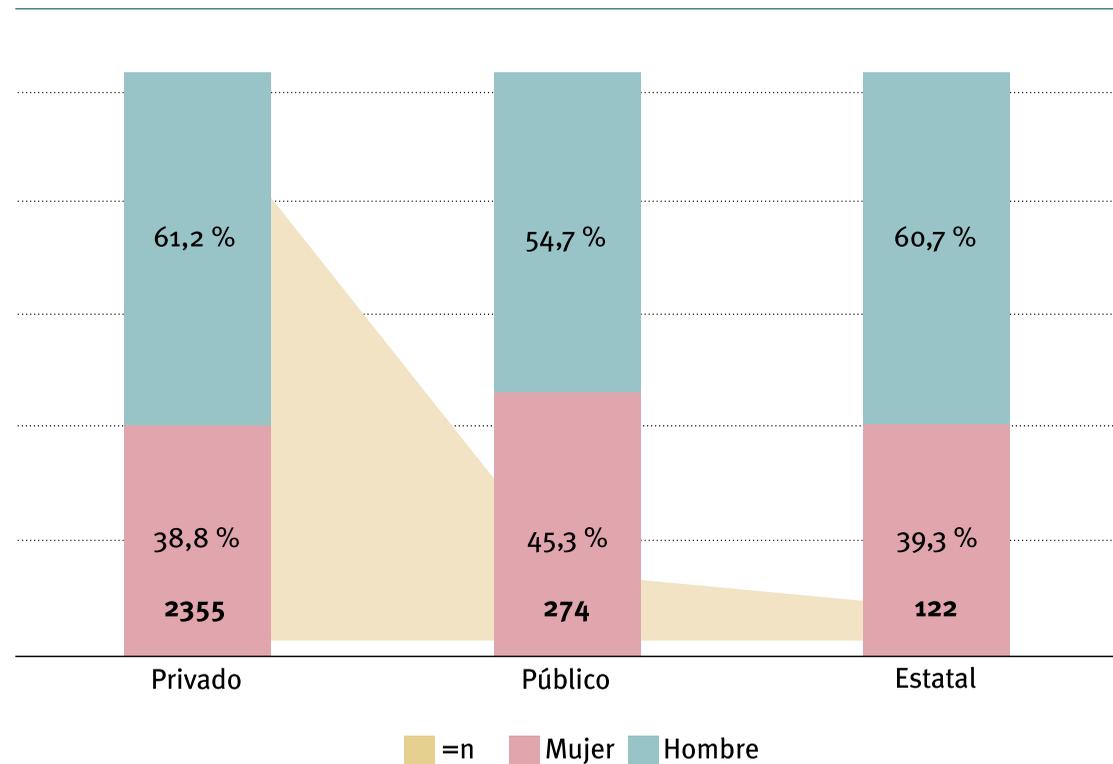
¹ Proyecto Worlds of Journalism Study: <<http://worldsofjournalism.org>> [consulta: 8.8.2016].

El perfil de los profesionales del periodismo en América Latina se forja a partir de la miscelánea entre la experiencia generada en su convivencia y actividad profesional diaria y los modelos globales que circulan en la formación universitaria. De este modo se crea una tipología de profesional específica y única concebida por las características individuales y grupales, las realidades de multi o interculturalidad, localidad, integración, desregulación, intervencionismo y libre mercado que delimitan una identidad de los periodistas a partir de rasgos comunes y divergentes, en un continente en que la diversidad social, étnica y cultural es la característica común.

Quiénes son periodistas en Latinoamérica

Según surge los resultados de las encuestas aplicadas en los siete países, el periodista en América Latina es hombre, mestizo o blanco, de poco más de treinta años, con un grado universitario en comunicación o periodismo, trabaja para un medio de comunicación, produce un promedio de 25 notas por semana y no pertenece a ninguna asociación profesional. Los 2789 periodistas que se entrevistaron durante los años 2013 y 2015 en 438 medios de comunicación, tienen 35,3 años en promedio, aunque la mayoría se ubican entre los 28 y los 35 años. De ellos 1682 son hombres, el 60,3 % del total de la muestra. La proporción se mantiene en los medios privados y estatales, con una mejora en el caso de los medios de la sociedad civil, en los que la proporción de mujeres llega al 45,9 %. A pesar de que estas siguen es-

Gráfico 1.1. Distribución de género entre los periodistas entrevistados en los distintos tipos de medios (en porcentajes)



tando en minoría, puede decirse que ha habido un aumento de su presencia dentro del gremio, ya que en el año 2000 representaban el 27 % de los periodistas y actualmente son el 41 %, según el informe presentado por el proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, 2015), porcentaje bastante similar al que surge de la muestra de nuestro estudio.

El periodismo en la región latinoamericana se presenta como una profesión en proceso de cambio y profesionalización. Los entrevistados cuentan

mayoritariamente con un grado universitario (70,9 %). De estos, la gran mayoría (73,9 %) están especializados en periodismo (44,3 %), comunicación social (11,5 %) o en ambas disciplinas (18,1 %). Además, el 13,4 % poseen un máster y el 1 % un título de doctor. Solo el 0,8 % no cuentan con estudios.

El 63,5 % de los encuestados no se identificaron dentro de ningún grupo étnico y entre los que respondieron a esta cuestión, el 12,4 % se reconocieron como mestizos, el 9,1 % blancos y el 7,8 % latinos. Solo el 1,7 % se autocalificaron como indígenas. Los resultados muestran que la principal afiliación religiosa es la católica romana (22,8 %), y junto con la opción al secularismo (17 %) son las más destacadas. Solo una quinta parte de los periodistas considera la religión muy o extremadamente importante (20,2 %), mientras que más de la mitad de los periodistas (52,7 %) no respondió a esta cuestión. Finalmente, el 85 % de los 1657 periodistas que contestaron a la pregunta sobre su ideología política afirmaron sentirse identificados con una tendencia de centroizquierda.

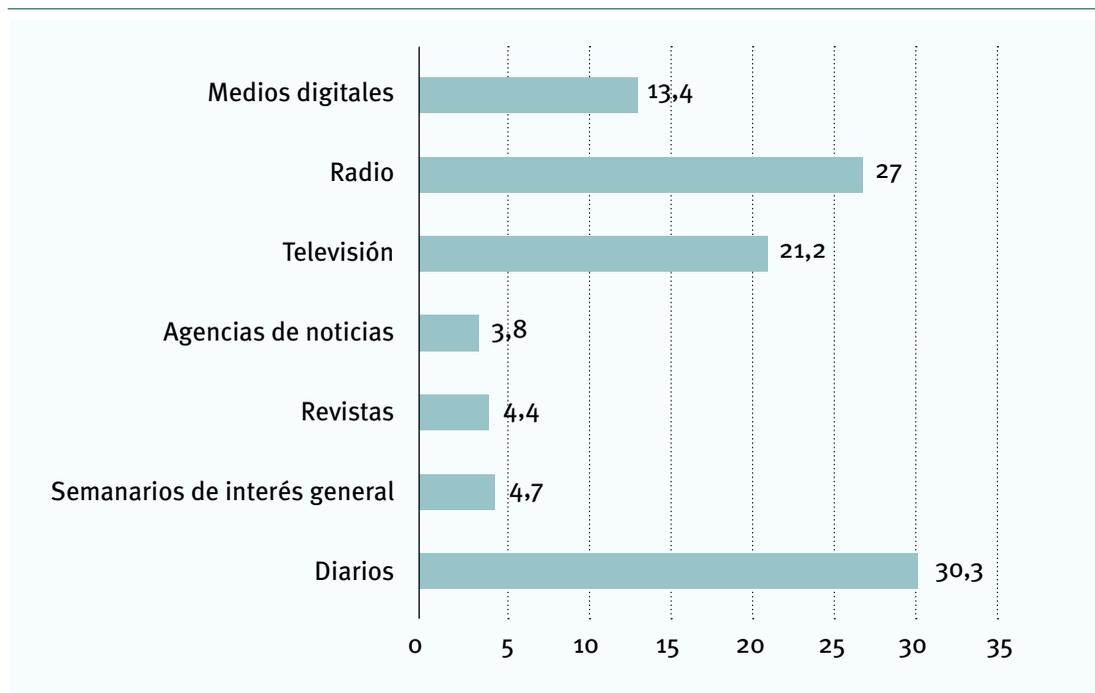
Estos resultados exhiben que en la profesión periodística siguen dominando los principales grupos étnicos y religiosos, aunque se trata de un aspecto difícil de determinar, a juzgar por el alto número de entrevistados que prefirieron no responder esas preguntas. De hecho, ciertos países, como Argentina, decidieron no incluirlas dado que en el estudio preliminar constataron que las preguntas por etnia, religión y pertenencia partidaria generaban incomodidad en los entrevistados. Además, podría pensarse de igual modo en cuestiones de autocensura, especialmente en la pregunta sobre la ideología política,

esperable en escenarios polarizados partidariamente como los de muchos de los países incluidos en el estudio. Sin embargo, se advierte una clara tendencia de centroizquierda en las inclinaciones políticas de los periodistas en la región.

El periodismo en América Latina se define como una profesión relativamente reciente ejercida por profesionales jóvenes, con una experiencia de casi once años, en promedio. Dos tercios (61,8 %) cuentan con menos de diez años de experiencia profesional y solo una cuarta parte (23 %) entre diez y veinte años. Casi tres cuartas partes de los periodistas latinoamericanos encuestados tienen un puesto de trabajo a tiempo completo (73,2 %), mientras que cerca de una quinta parte (19,8 %) están empleados a medio tiempo y el 6,7 % trabajan como *freelance*. Entre los empleados —a tiempo parcial o completo—, el 68 % cuentan con un contrato permanente y el 32 % con un contrato temporal.

Los periodistas latinoamericanos desempeñan, principalmente, su actividad profesional en un solo medio de comunicación, donde más de la mitad ocupa puestos sin responsabilidades editoriales. Más de la mitad de los periodistas latinoamericanos encuestados (58,9 %) llevan a cabo varias tareas diferentes, y las principales áreas informativas en que trabajan son las de actualidad (23,4 %); política general, internacional y nacional (15,5 %); deportes (13,8 %); cultura (12,1 %); economía (10,4 %) y entretenimiento (8,7 %). Casi tres cuartas partes de los encuestados (71,8 %) trabajan en una sola redacción y el 30,9 % tienen un trabajo adicional diferente al de periodista. Elaboran una media de 25,13 noticias por semana

Gráfico 1.2. Medios en los que trabajan los periodistas entrevistados (en porcentajes, respuestas múltiples)



y, principalmente, son reporteros (38,7 %), redactores (13,5 %), jefes de redacción o editores (8,7 %), productores (8,5 %) y editores jefes (8,4 %).

Los resultados indican la lenta transición desde las plataformas analógicas a las digitales. La mayor parte de los periodistas latinoamericanos entrevistados trabajan en medios de comunicación convencionales (88 %): más de un tercio lo hacen en medios impresos (30,3 % en diarios, 4,7 % en semanarios y 4,4 % en revistas); el 27 % en radio y el 21,2 % en televisión. El 13,4 % del total de la muestra trabajan en medios *online*, de los que el 4,6 % los hacen en redacciones digitales de medios tradicionales y el 8,8 % en

medios *online* autónomos. Solo 3,8 % llevan a cabo su actividad profesional en agencias de noticias.

La preponderancia de medios de comunicación de propiedad privada, en los que trabajan la mayor parte de los encuestados, alerta sobre los riesgos de concentración mediática, obstaculiza además la todavía baja penetración de los medios locales, donde tradicionalmente se incluyen los medios alternativos y comunitarios, más apegados al ciudadano y basados principalmente en el valor social del periodismo. Concretamente, más de tres cuartas partes (85,4 %) de los periodistas trabajan en medios privados, mientras que solo el 13,7 % lo hacen en medios públicos o gubernamentales. Por otra parte, respecto a la cobertura de los medios, más de un tercio (38 %) trabajan en medios nacionales, un cuarto (25,8 %) en medios regionales, un 22,6 % en medios locales y algo más de una décima parte (13,7 %) en medios internacionales.

Uno de los aspectos más llamativos respecto a la identidad del periodista latinoamericano es su falta de inscripción gremial, ya que menos de uno de cada tres (29,1 %) es miembro de una asociación profesional relacionada con el periodismo. Eso no solo explica los altos niveles de individualismo y competencia entre los periodistas, sino que también habla de la debilidad de los marcos de contención laboral y profesional que suelen brindar las agrupaciones y asociaciones profesionales (Carlson y Lewis, 2015). Esta circunstancia no solo limita la capacidad colectiva de acción sino que, y sobre todo, deja un alto grado de desprotección frente a las agresiones internas y externas a la profesión.

Gráfico 1.3. Proporción de periodistas miembros de una asociación profesional, por tipo de medio

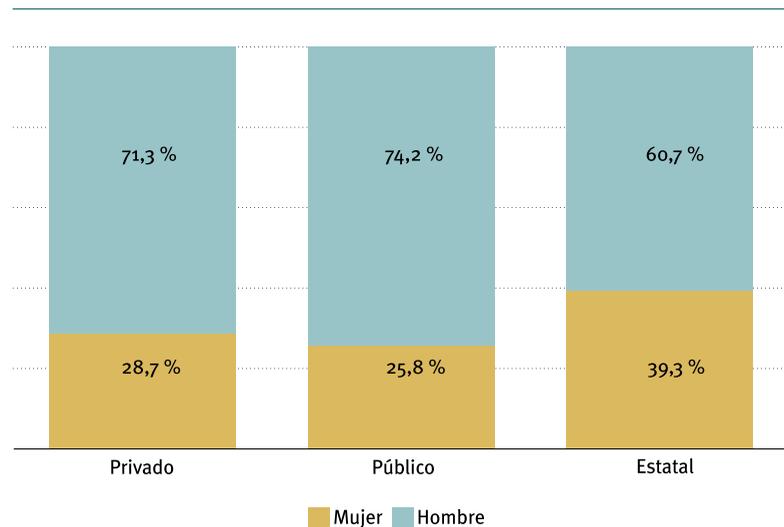
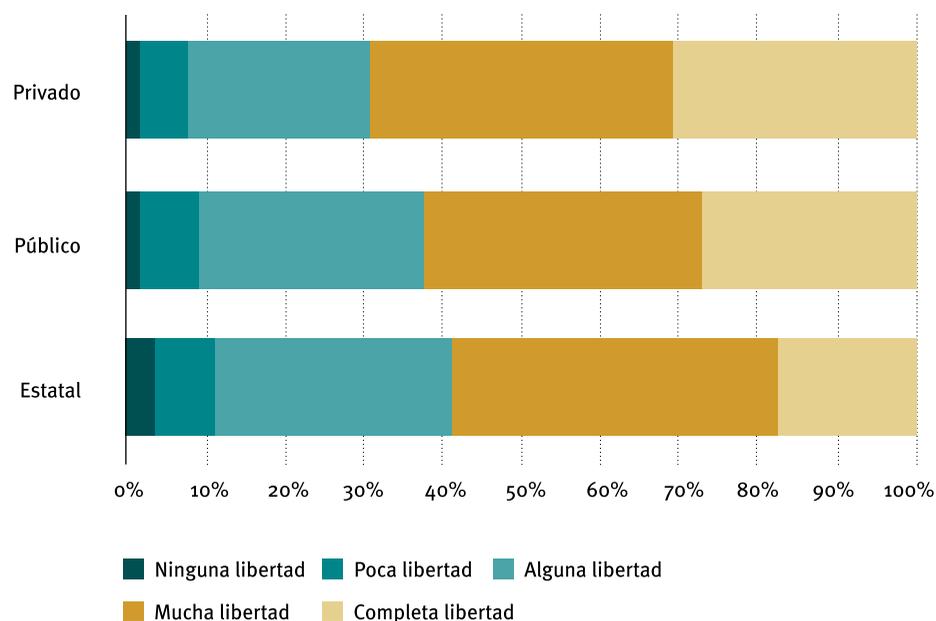


Gráfico 1.4. Libertad para seleccionar historias, por tipo de medio



Influencias en el trabajo periodístico

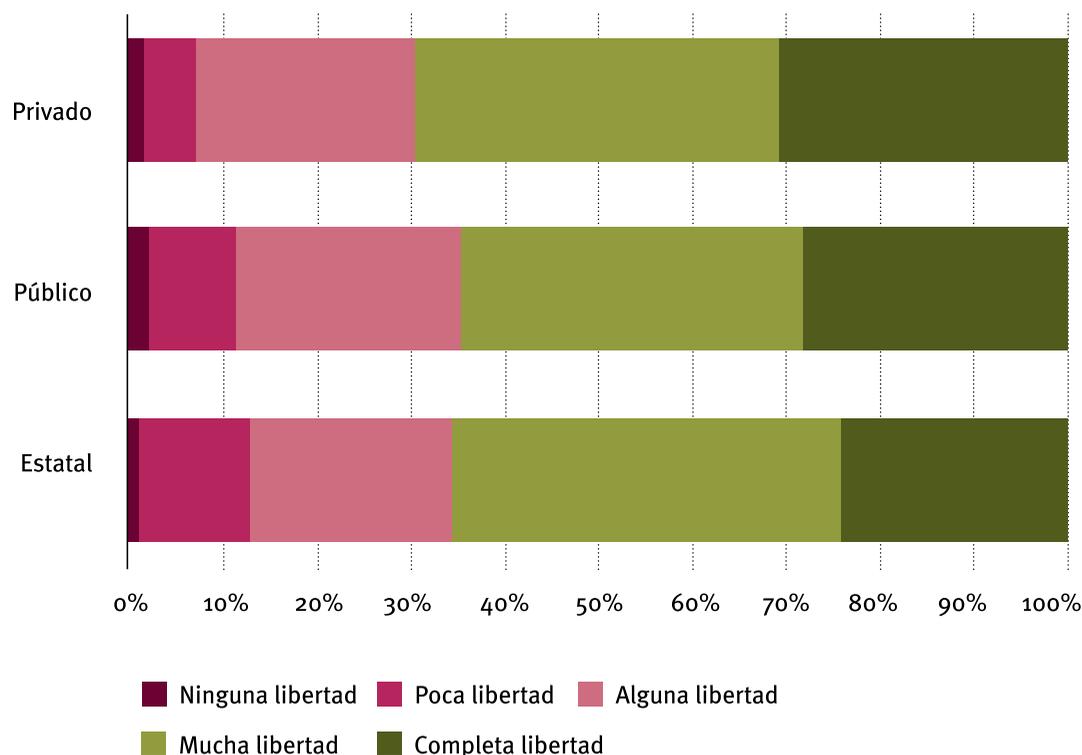
Los periodistas latinoamericanos manifiestan tener una gran autonomía para realizar su trabajo. Tres profesionales de cada cinco dicen tener total o gran libertad para elegir las historias que reportan (67,9 %). Al abrir los datos por tipo de medio, no se perciben grandes diferencias en la libertad percibida en medios privados, estatales o de la sociedad civil (*públicos*, en el encuadre de la encuesta). Contrariamente a lo que sostuvo parte del debate entre gobiernos contra medios y periodistas, que acusaban de manipulación a los empresarios en la actividad periodística, los periodistas de medios privados son los que expresan mayores niveles de autonomía.

Percepción similar se registró con relación a la libertad para decidir qué aspectos enfatizar (68,9 %), aunque solo la mitad reconocen participar en las reuniones editoriales (52,8 %). Nuevamente el porcentaje levemente más alto asignado a «ninguna o poca libertad» en la selección de los temas se registra en los medios estatales, que permiten un mayor grado de libertad a la hora de elegir el enfoque.

La percepción de autonomía es alta en países con distintos niveles de libertad para la profesión. Por tomar un índice que abarque a todos los países en los últimos años, la tabla de posiciones de la organización Reporteros sin Fronteras² muestra a los países incluidos en esta publicación en muy distin-

² El índice se elabora con base en un cuestionario que releva opiniones calificadas en cada país en temas como el desempeño en materia de pluralismo, la independencia de los medios de comunicación, la seguridad y el respeto a la libertad de los periodistas, el marco legal. Véase Reporteros sin Fronteras, en <<https://rsf.org/es/metodologia-detallada>> [consulta: 22.8.2016].

Gráfico 1.5. Libertad para decidir el enfoque de las historias, por tipo de medio



ta posición hacia 2015, aunque todos, con excepción de Colombia, se ubicaban por debajo de la mitad de la tabla en 2002. Países con la situación más crítica, motivada por agresiones graves o asesinatos a periodistas, como México, Venezuela y Colombia, ocupan las últimas posiciones hacia 2015. Ecuador y Brasil muestran un agravamiento de la situación que los corre por encima del puesto 100 desde 2011. En cambio, Argentina, El Salvador y Chile parecen haber

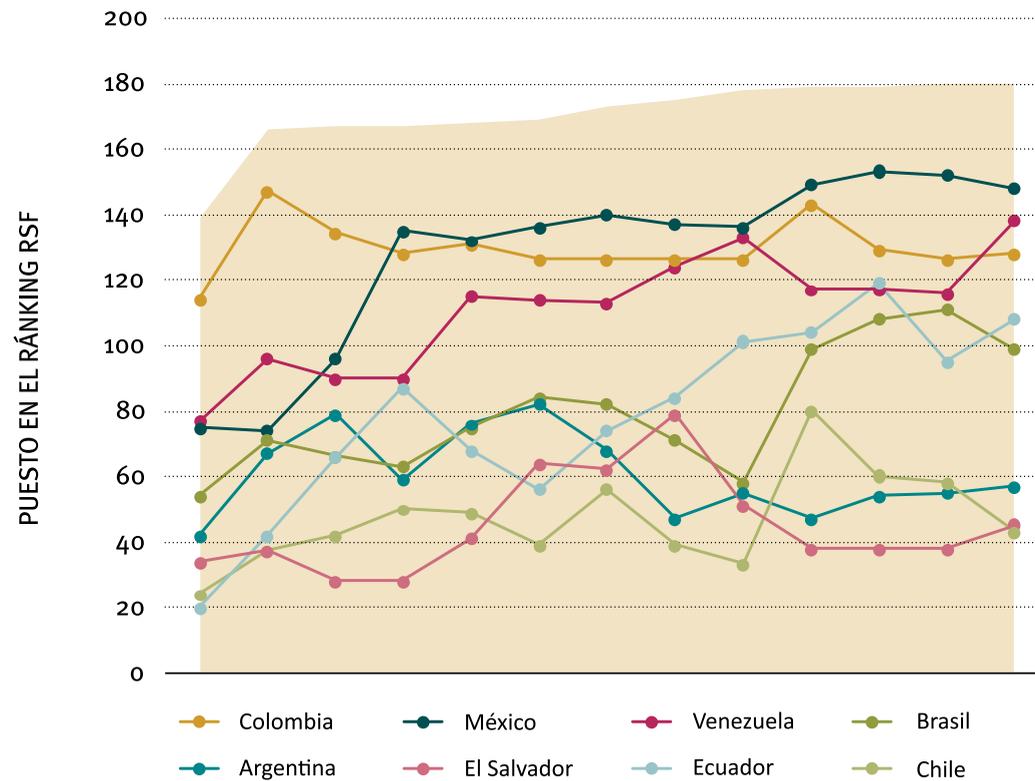
mantenido más o menos cierta estabilidad según esa medición, aunque las distintas variables muestran que se trata de países con culturas periodísticas diferentes (véase gráfico 1.6).

Los roles profesionales de los periodistas en América Latina

Los periodistas, en particular, y los medios de comunicación, en general, son recolectores, generadores, mediadores, gestores, difusores y receptores de información dentro de los procesos de comunicación que relacionan el periodismo con el resto de sistemas en el proceso de circulación de contenidos. Estas acciones, a su vez, están orientadas por diversas percepciones, valoraciones, ideas, intereses, prácticas y posicionamientos que tienen que ver con los contextos, la formación académica y los encuadres profesionales de cada sociedad. Esta percepción configura modelos que orientan las decisiones que toman en su tarea cotidiana y aportan los rasgos con que podrían definirse las identidades periodísticas nacionales y regionales. Los datos obtenidos en la encuesta permiten establecer comparaciones entre los países analizados y conocer las diferencias y similitudes en los modelos que orientan la profesión a nivel general y en cada uno de ellos.

En América Latina la discusión gira en torno a los periodistas y su relación con los medios de comunicación. Se ha puesto en debate, en los últimos años, la influencia de los grandes conglomerados mediáticos privados y las políticas gubernamentales en su

Gráfico 1.6. Posición en la clasificación mundial de Reporteros sin Fronteras de los países incluidos en esta publicación



situación profesional. La comparación de las percepciones de los periodistas permite delinear un perfil propio de los diversos modelos de periodismo en la región, capaz de ofrecer datos esclarecedores de la heterogeneidad y la diversidad de circunstancias que tiene cada uno de los países. Este ejercicio no solo permite comparar la tipología específica del pe-

riodista latinoamericano, sino que, además, posibilita la definición de los rasgos comunes y divergentes de cada uno de los países y subregiones de América Latina. Sin pretender definir un perfil profesional homogéneo o definitivo del periodista latinoamericano, se presentan las tendencias profesionales de los periodistas que surgen del estudio, para sentar un precedente de datos sólidos no solo para las investigaciones académicas. Estos perfiles también podrían servir de conocimiento para los profesionales y de insumo para sus entidades y empleadores.

Los roles profesionales más valorados por los periodistas en América Latina son reportar las cosas tal y como son (91,1 %); promover la tolerancia y la diversidad cultural (81,9 %); proveer análisis sobre temas de actualidad (80,1 %); dejar que la gente exprese sus puntos de vista (78,4 %) y fomentar el cambio social (74,9 %). Además, se encuentra un alto consenso entre los encuestados respecto al ejercicio de estos roles profesionales, tal y como muestran los bajos índices de desviación estándar. En el otro extremo, los aspectos profesionales con menores índices de aceptación están relacionados con apoyar las políticas gubernamentales (28,6 %); dar una imagen positiva de los líderes políticos (16,2 %) y ser un adversario del gobierno (16,2 %). La amplitud de la desviación estándar señala que también son los roles en donde hay más diferencias en las respuestas. De todos, el de proveer entretenimiento y relajación al público es el más controvertido debido a que no solo tiene poco consenso (1,35 de desviación estándar), sino que está entre los menos mencionados por los periodistas. Resulta interesante comparar esta respuesta

con la de otros periodistas del estudio WJS, como los de Gran Bretaña, que la consideraron entre las cinco más importantes (Thurman et al., 2016).

Los aspectos valorados en los modelos tradicionales de periodismo también lo son en los países investigados, con leves diferencias que muestran la divergencia de criterios en la forma de ejercer la profesión. La aspiración de reportar las cosas tal y como son cuenta con el mayor apoyo y consenso entre los periodistas; está por encima de la media regional en El Salvador, Colombia, Argentina y México, con leves diferencias en el resto de los países analizados. Este principio generalmente se encuadra en lo que se conoce como periodismo de control o *watchdog* (perro guardián). Sin embargo, hay muchas menos coincidencias respecto a otros principios de este modelo de investigación, como el del monitoreo a los actores de poder o la imparcialidad. Es menor la importancia que se le da a auscultar la actividad económica que la política y existen grandes diferencias entre el país que le da mayor importancia a controlar los líderes empresarios (Colombia, 67,8 %) y aquel que lo considera un aspecto menos relevante (Brasil, 35,2 %).

Con relación al control del accionar de la política, El Salvador y México están por encima de la media que indica que siete de cada diez periodistas consideran muy importante esta función, y nuevamente es Brasil (52,1 %) el país que se ubica en un nivel inferior. También es bajo en este país el papel de proveer información y análisis de temas de actualidad, y junto con El Salvador se distancian del consenso que despierta en los periodistas de los otros países.

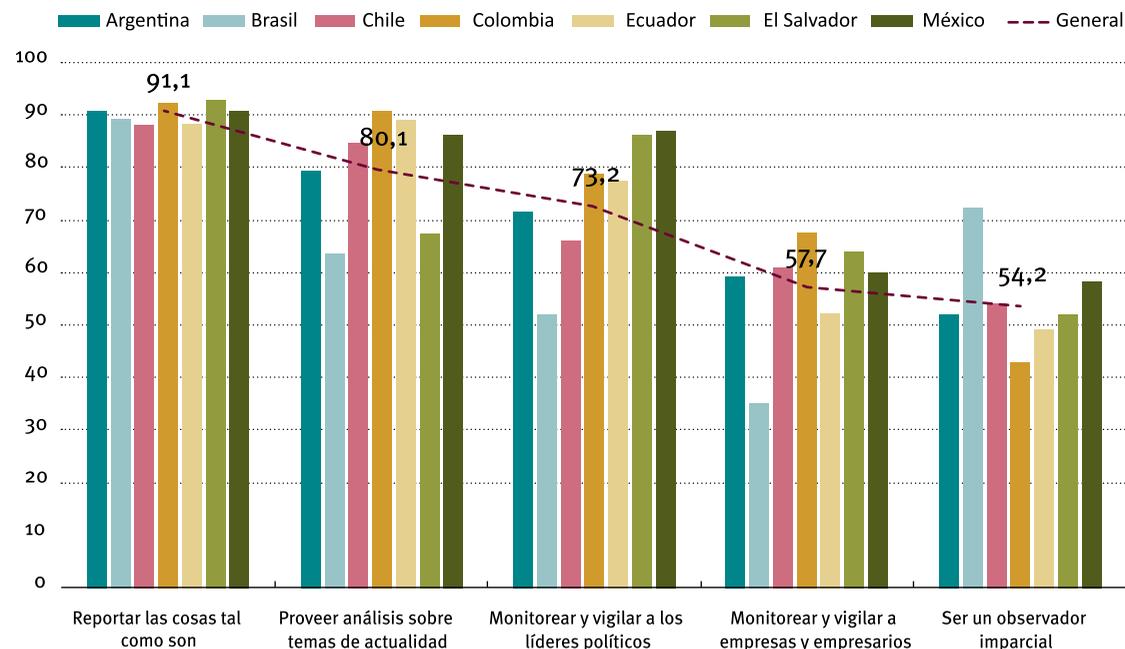
Gráfico 1.7. «¿Qué tan importante es el siguiente aspecto en su trabajo?» (5 es «extremadamente importante» y 1 es «nada importante»). Media para Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador y México, con barras de desviación estándar



En América Latina, las tensiones entre los gobiernos y el sistema de medios se pusieron en evidencia en reformas legislativas para el sector, como las que hubo en Argentina, Brasil, Ecuador, México, Venezuela y Uruguay en la primera década de este siglo. En la región, los roles asociados al modelo difusor o de intervención en aspectos políticos tienen más divergencia, como contracara de ese consenso con los principios de neutralidad y control que manifestaron los entrevistados. Las diferencias detectadas en relación con el principio de ser un observador imparcial contrastan con el bajo consenso que tienen las actitudes que expresan una posición política, como ser adversario o aliado del gobierno. Respecto a la relación entre los periodistas y los actores políticos, Colombia, Ecuador, El Salvador y México están por sobre la media. La mayor diferencia se da en la función de apoyar el desarrollo nacional, con la que cuatro de cada cinco periodistas de estos países están de acuerdo mayoritariamente, consenso que baja a la mitad en Argentina, Brasil y Chile.

Más aceptación tienen las prácticas políticas que apoyan la construcción de ciudadanía, como dejar que la gente exprese sus puntos de vista, promover la tolerancia y la diversidad cultural y fomentar el cambio social. En estos puntos, México muestra cierto consenso, aunque ningún país baja de los tres cuartos de respuestas en el rango de «muy importante» y «extremadamente importante». Los periodistas de Colombia y México son los más entusiastas con un rol cívico más activo, mientras que en Argentina, Brasil y Chile son más cautos. Estos tres países muestran una divergencia mayor respecto a la media

Gráfico 1.8. Prácticas periodísticas encuadradas en el modelo de periodismo de control del poder (*watchdog*). Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general



al valorar las funciones de educar a la audiencia y motivarla a participar en actividades políticas.

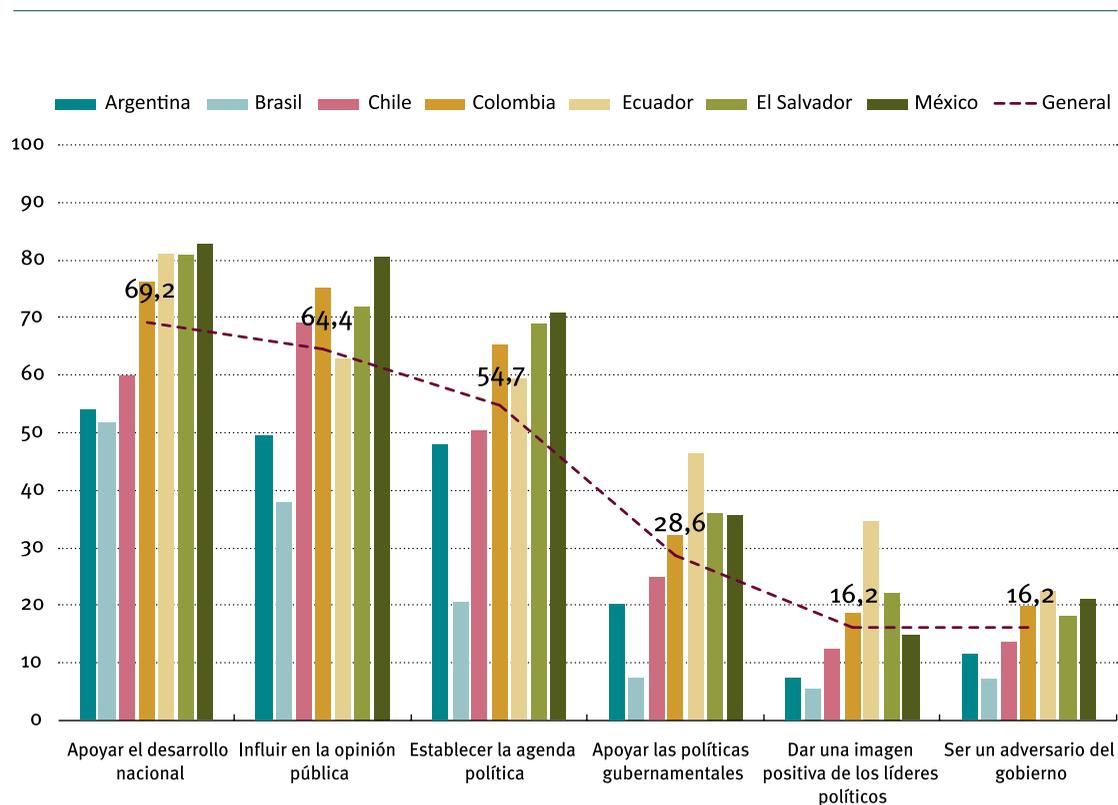
Las prácticas orientadas a atraer a las audiencias, como la de brindar servicios o contenidos atractivos, propias de una perspectiva que prioriza el negocio, tienen consenso medio. Argentina y Brasil, donde se encuentran los conglomerados mediáticos más grandes de la región (Grupo Clarín y O Globo, respectivamente), se ubican por debajo de la media.

Desafíos del estudio del periodismo en Latinoamérica

Los resultados que arroja el estudio de Worlds of Journalism trazan un perfil regional y permiten percibir, a la vez, diferencias entre países, especialmente en lo que respecta a los modelos de la profesión periodística. Como tendencias generales pueden señalarse el cambio de un oficio de formación práctica a una profesión joven con titulación universitaria, eminentemente teórica, con una creciente feminización. A estos cambios podría agregarse la tendencia optimista de la situación de los periodistas con relación a los medios, en tanto que la región latinoamericana registra un leve incremento de la circulación de diarios, según la World Association of Newspapers and News Publishers en su informe de 2014, contrariamente a la tendencia de Europa y Norteamérica.

Más allá de los supuestos teóricos que rodean a la profesión periodística, esta investigación muestra la realidad psicosocial y empírica de los periodistas latinoamericanos, ya que, aunque en las últimas tres décadas se ha observado un incremento constante de

Gráfico 1.9. Prácticas periodísticas de intervención en la política y la opinión pública. Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general

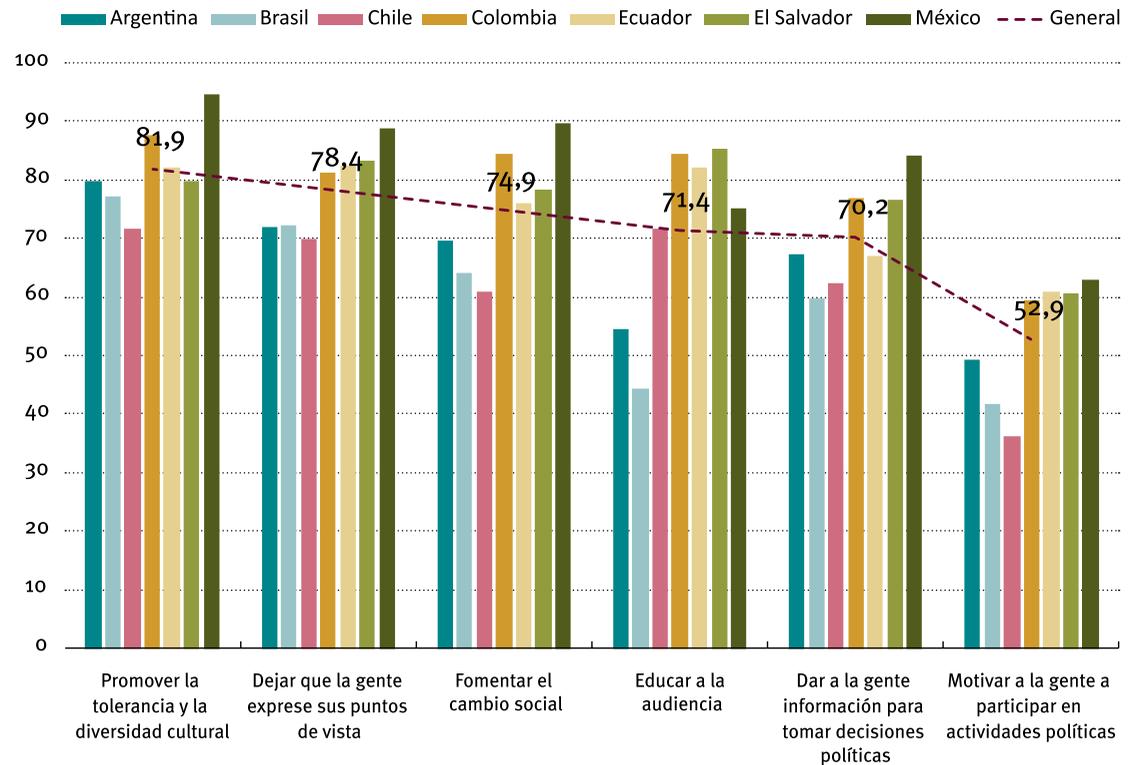


las investigaciones sobre periodismo y los periodistas en América Latina, aún hoy, la región latinoamericana se caracteriza por la limitada producción de investigaciones centradas en el análisis del periodismo y el perfil y la situación profesional del periodista. Aspectos como la alta precariedad, la peligrosidad laboral, la pérdida e inestabilidad profesional, y las situaciones que marcan la realidad que afrontan los periodistas de la región como la alta migración, los problemas ambientales, los flujos globales de finanzas, las demandas sociales insatisfechas, la alta concentración económica e intento de instauración de la sociedad del conocimiento, aún al día de hoy no han sido analizados en profundidad (Iglesias, 2004).

No debe olvidarse el divorcio, sin atisbos de reconciliación, entre los medios de comunicación y los periodistas (Rincón, 2010). Los medios de comunicación son distintos a los periodistas, motivo por el cual la situación de estos últimos queda determinada por el quehacer dentro de las redacciones. En América Latina los medios de comunicación responden mayoritariamente a un modelo comercial con características de concentración de medios, que avala las tendencias globales de los mercados (Oller y Barredo, 2013). Pero también con características propias, como el patrimonialismo mediático, producto de muchos años de connivencia del poder político con los grupos económicos que administran los medios nacionales y locales (Waisbord, 2010, 2013).

Las investigaciones sobre el periodismo y los periodistas llevadas a cabo a lo largo del siglo XX en América del Norte y Europa han marcado el camino a seguir por los estudios realizados en América Latina,

Gráfico 1.10. Prácticas periodísticas orientadas a la ciudadanía. Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general

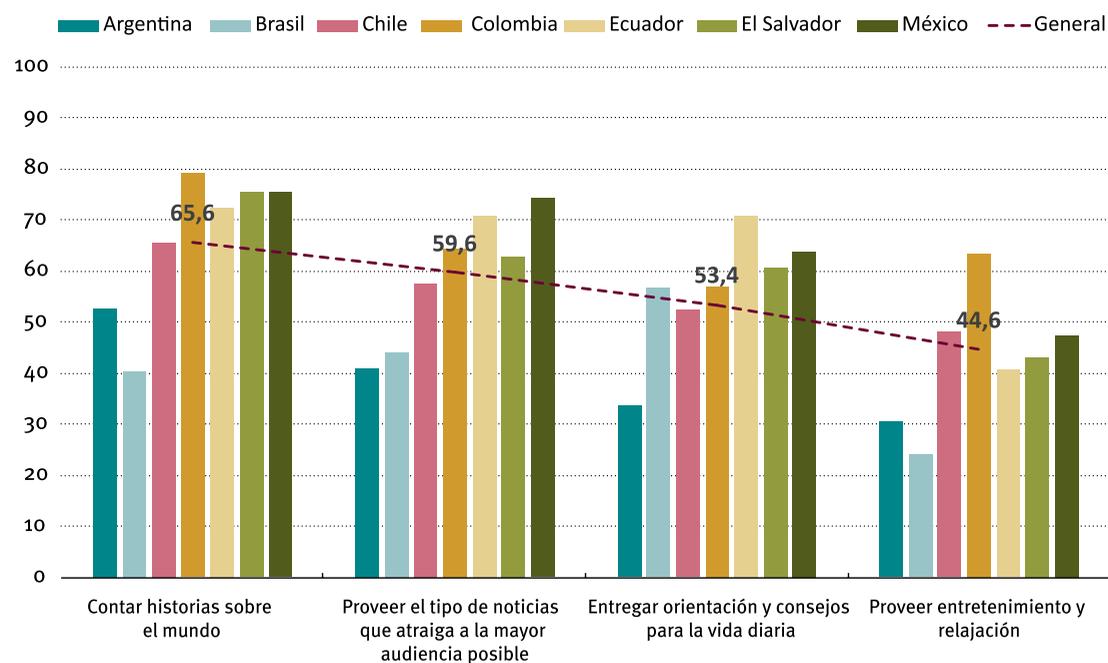


una región con menos tradición investigativa. En la región latinoamericana, a pesar de importantes estudios en torno a la comunicación y el periodismo, no ha predominado la figura del periodista como objeto de estudio, salvo contadas excepciones (Mellado, 2009).

Este aspecto lleva a los investigadores de este estudio a plantear la construcción teórica de la cultura periodística de América Latina a partir de varios planos de análisis del rol profesional de los periodistas latinoamericanos. El estudio global de *Worlds of Journalism* aborda los roles profesionales de los periodistas en función de tres dimensiones: intervencionismo, distancia del poder y orientación de mercado (Hanitzsch, 2007). La dimensión del *intervencionismo* describe hasta qué punto el periodista interviene de forma activa en la información que elabora, a través de sus ideas y juicios de valor. En un extremo se encuentran los periodistas comprometidos con los hechos, con la imparcialidad y que mantienen la distancia respecto a sus fuentes. En el otro extremo se sitúan los periodistas intervencionistas o activos, considerados abogados o que toman partido a nivel emocional en su trabajo. La dimensión de *distancia del poder* parte del concepto de plena lealtad de los periodistas a los centros políticos, económicos y sociales de poder o la confrontación con estos. Si los periodistas se sitúan en el polo opuesto a los centros de poder, ejercen el rol de adversario; si por el contrario se sitúan al lado de los centros de poder, pasan a ejercer el rol leal. En tercer lugar, la dimensión de *orientación de mercado* aparece reflejada en el trabajo de los periodistas cuando estos subordinan sus metas profesionales a las lógicas del mercado frente a las del interés público.

Las variables pueden ordenarse para determinar modelos de desempeño de los roles profesionales de los periodistas, basados en la relación que el periodismo mantiene con el poder, los niveles de implica-

Gráfico 1.11 Periodismo orientado a las audiencias y al negocio. Porcentaje de respuestas «extremadamente» o «muy importante» de cada país, comparado con la media general



ción de los periodistas en una noticia y la forma de concepción de las audiencias (Mellado, 2014). Cada uno de estos modelos se caracteriza por diferentes prácticas profesionales derivadas de: la implicación del periodista, como plantea la dimensión de intervencionismo; su vínculo con el poder, que determina los modelos de perro guardián y leal-facilitador; y sobre la relación con la audiencia. La autora propone las dimensiones de *servicio*, *infoentretenimiento* y *cívica*.

Estas propuestas se plantean bajo la perspectiva de *continuum* (Donsbach y Patterson, 2004) en el que ambos extremos son el ideal de una postura u otra, pero resultan inalcanzables, y los periodistas quedan emplazados en un punto intermedio entre ambos polos. Los periodistas en América Latina son afines a la dimensión intervencionista, que los sitúa como profesionales imparciales encargados de divulgar la información de forma neutral, dejando a un lado sus ideas o juicios de valor personales. Coincidentemente con ello, consideran conveniente mantener una postura distante respecto a los focos de poder, que les lleva a no tomar partido. Las prácticas que los orientan se enfocarían en la ciudadanía, priorizando el derecho de esta al acceso y participación en la información y en las cuestiones públicas.

Las tendencias halladas deben ponerse en contraste con las prácticas de cada país, dado que no necesariamente coinciden con el desempeño en los medios (Mellado y Van Dalen, 2014) o el reconocimiento de esos roles por la audiencia (Boczkowski y Mitchelstein, 2013). Lejos se está de poder encuadrar a la región en un modelo en particular (Hallin y Mancini, 2004), porque no solo no es posible encontrar características pensadas para otros contextos, sino que existen diferencias en la percepción que los periodistas tienen acerca de sus roles profesionales:

- * En Chile y sobre todo en Brasil, los encuestados son reacios a ejercer los roles profesionales asociados al carácter más activo e intervencionista del periodista.

- * Los periodistas en Argentina evidencian un claro rechazo a la orientación al mercado.
- * Los tres países del Cono Sur (Argentina, Brasil y Chile) comparten ciertas tendencias al ejercicio del rol profesional de diseminador, relacionado con los aspectos de neutralidad y no intervencionismo.
- * Los periodistas en México y Colombia exhiben unos mayores índices de compromiso respecto al interés público y a la ciudadanía.
- * En Ecuador se encuentran los periodistas más inclinados a difundir la posición del gobierno.
- * Los periodistas en El Salvador destacan el carácter didáctico de la información ofrecida a su público y su rol de perro guardián.

La naturaleza heterogénea de América Latina requiere de una interpretación del periodismo en esta región a partir de las diferencias que definen a cada uno de los países que la componen. Las conclusiones preliminares que aportan estos datos muestran la influencia de los modelos que se enseñan en los centros de formación, de los que provienen la mayoría de los periodistas entrevistados para la investigación. No obstante, cada país exhibe particularidades que merecen explicarse cruzando otras variables a las de la opinión de los periodistas.

Anexo: Aspectos metodológicos

Se publican aquí los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas del estudio *Worlds of Journalism Study* (WJS) en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y México durante los años 2013 y 2015 a periodistas en activo de cada uno de estos países bajo la metodología propuesta por este proyecto. La recolección de datos en el trabajo de campo se realizó cara a cara, por teléfono, por *email* y *online* a una muestra representativa, según método elegido en cada uno de los países, de 2789 periodistas procedentes de 438 medios de comunicación. Se utilizó un cuestionario común, con una traducción al español del inglés original consolidada entre todos los países de habla hispana miembros del equipo.

Tabla 1.1. Casos entrevistados en cada uno de los países del estudio

PAÍS	N
Argentina	363
Brasil	376
Chile	491
Colombia	560
Ecuador	372
El Salvador	250
México	377

Las encuestas fueron aplicadas por miembros de los equipos de investigación en cada uno de estos países. Estos equipos estuvieron coordinados por Adriana Amado, de la Universidad Nacional de La Matanza en Argentina; Jesús Arroyave, de la Universidad del Norte en Colombia; José Luis Benítez, de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA, en El Salvador; Palmira Chavero Ramírez, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, en Ecuador; Sallie Hughes, de la Universidad de Miami en Estados Unidos; Mireya Márquez, de la Universidad Iberoamericana en México; Claudia Mellado, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso en Chile; Martín Oller Alonso, de la Universidad de las Américas en Ecuador; y Sonia Virginia Moreira, de la Universidad Estatal de Río de Janeiro en Brasil.

La técnica de muestreo se basó en el muestreo aleatorio simple e intencional o de conveniencia, según decisión metodológica de cada país. El muestreo aleatorio simple se estableció a partir de los informes oficiales que establecían la cifra de los profesionales relacionados con el periodismo en los distintos países latinoamericanos analizados. En los casos en que esta información no existe, como en Argentina, se partió de listados de medios y datos demográficos para realizar la estratificación. A partir de la información recogida se seleccionaron los medios, representando la unidad muestral agregada, a partir de un muestreo polietápico que incluyó una selección intencional por cuotas basada en criterios de acotación de propiedad (público, estatal, privado y

mixto),³ tipo (diarios, semanarios y revistas; agencia de noticias; radio, televisión y medios *online*, nativos o adheridos a un medio principal), rango de cobertura del medio (local, regional, nacional e internacional) y regiones de cada país.

Respecto a la selección de los periodistas, se realizó un muestreo en cadena de bola de nieve que permitió subsanar las dificultades para la selección y localización. Como resultado de esta acción se obtuvo, a partir de un universo estimado, una muestra (N = 2789) para un 95 % de confianza y un margen de error del 5,00.

La evaluación de la muestra de 2789 periodistas se basó, en primer lugar, en el análisis de sus perfiles psicográficos:

- * Las variables analizadas respecto al perfil fueron: años de experiencia en el periodismo; género; edad; ideología política; grupo étnico; importancia dada a la religión; credo religioso; nivel/capacidad de asociacionismo dentro del campo del periodismo; salario mensual; nivel y especialidad de estudios; relación entre formación y trabajo actual; idea sobre la formación en periodismo y la razón para ser periodista.
- * Las variables analizadas relativas a la situación profesional de los periodistas fueron: cargo y el número de medios en/para el/los que trabaja; categoría de empleo actual; tipo de contrato,

número de plataformas/productos informativos; actividades remuneradas además del periodismo; número y tipo de frentes/temas/áreas/sectores informativos; notas/piezas informativas en las que trabaja por semana y tipo, propiedad y alcance del medio en el que trabaja.

En segundo lugar, se estudiaron los roles profesionales de los periodistas en función de tres dimensiones: intervencionismo, distancia del poder y orientación de mercado (Hanitzsch, 2007), con el fin de establecer ciertos rasgos comunes y propios entre los periodistas de los países latinoamericanos que permitan definir una forma de actuar común en la región.

³ A los efectos de procesar los datos, se incluyeron los pocos casos de medios mixtos en el sector que dominaba; por ejemplo, en caso de mixto con preponderancia de propiedad estatal, se incluyó en propiedad estatal.