

Comisión de Periodismo  
Revisado y aprobado en sesión del 6 de julio de 2023

# PERIODISTAS



## ¿Cómo somos?

Este estudio pretende dar respuesta sobre cómo somos las personas que hacemos periodismo, así como cuáles son las competencias y habilidades requeridas para el trabajo.

Los datos que arroje el estudio serán utilizados por la Comisión de Periodismo del Colper para su trabajo y para conversaciones con organizaciones empleadoras

ENCUESTA

## Análisis de sondeo

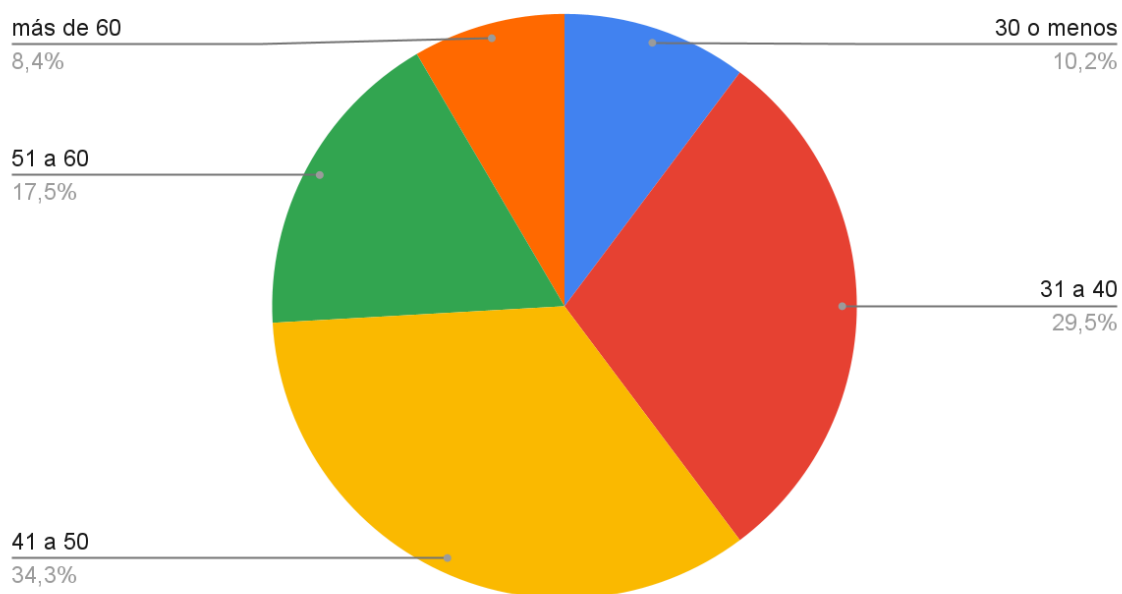
Ficha técnica:

166 respuestas

21 de abril al 10 de mayo 2023

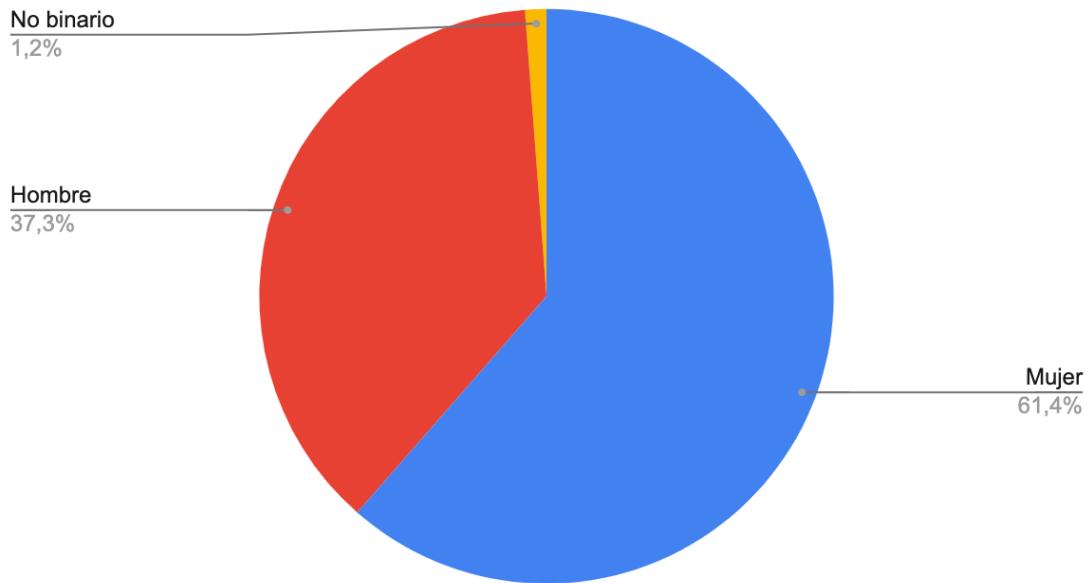
1- El 64% de las personas que respondieron el sondeo tienen entre 31 y 50 años. El 24% tiene más de 50 años y el 10% menos de 30.

### Periodista ¿Cómo somos?: Edad (años)



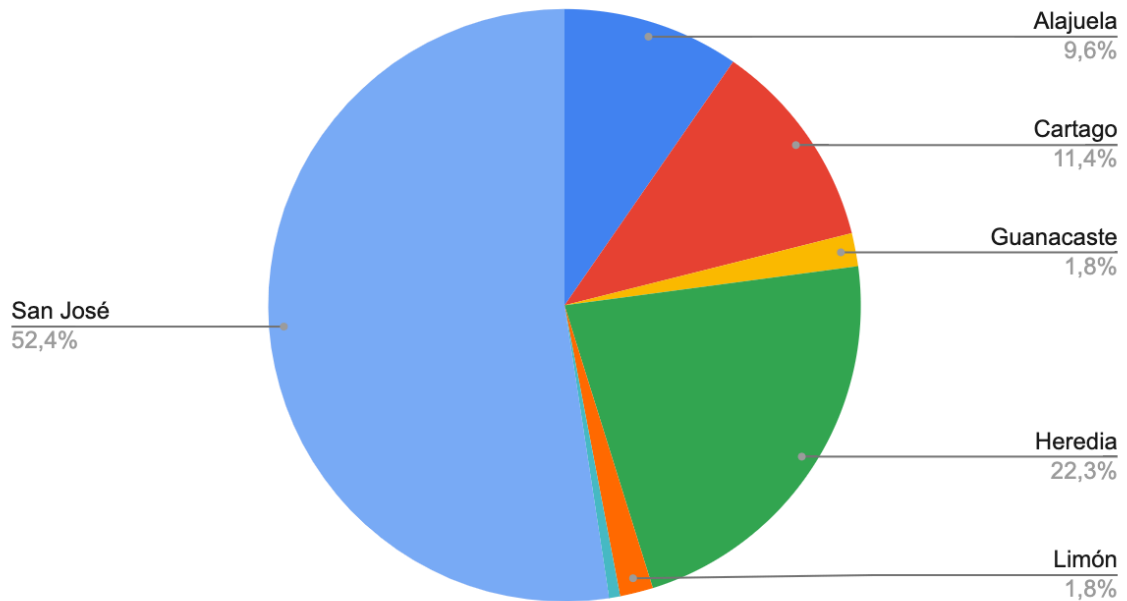
2- El 61% de quienes respondieron el estudio son mujeres, un 37% hombres, el restante se identifica como no binario.

### Periodista ¿Cómo somos?: Género



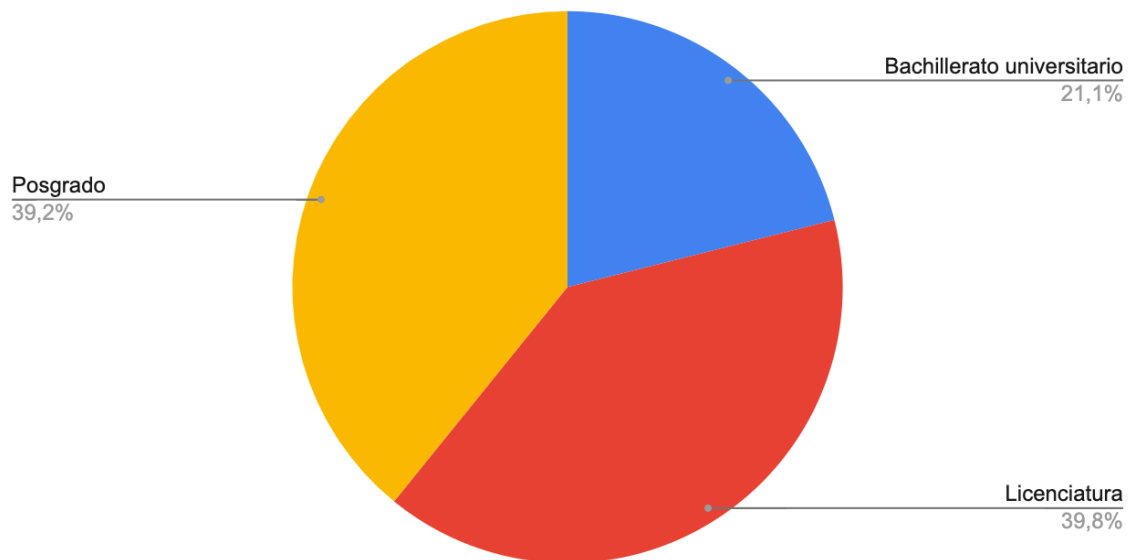
3- El sondeo se concentró en las provincias del centro del país.

### Periodista ¿Cómo somos?: Provincia de residencia



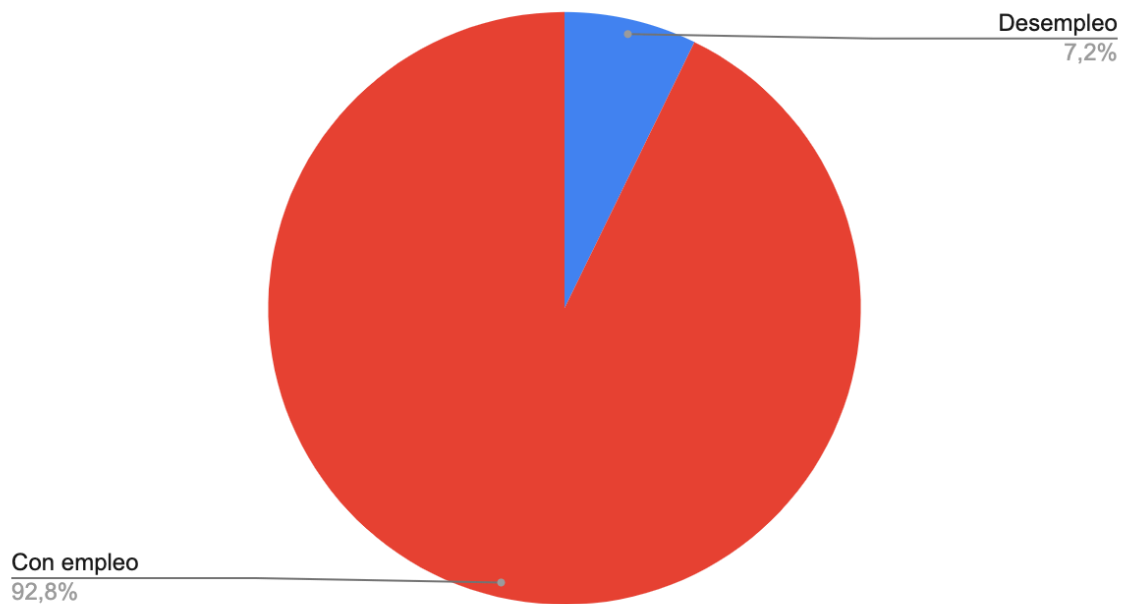
4- El grado académico de las personas consultadas es alto: 79% tienen licenciatura o maestría.

### Periodista ¿Cómo somos?: Grado académico frente a



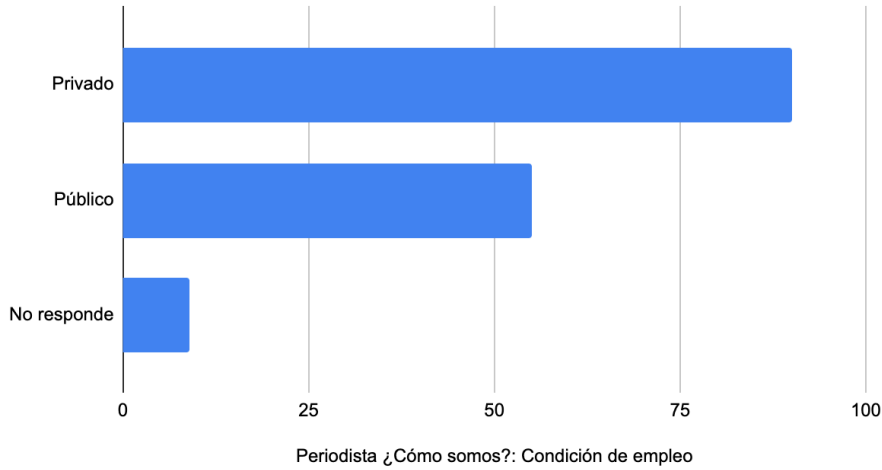
5- De las personas consultadas, la mayoría se encontraban con empleo al momento de realizar el sondeo.

### Periodista ¿Cómo somos?: Situación laboral



6- De quiénes tenían empleo al momento del sondeo, la mayoría trabaja en el sector privado.

### Periodista ¿Cómo somos?: Condición de empleo

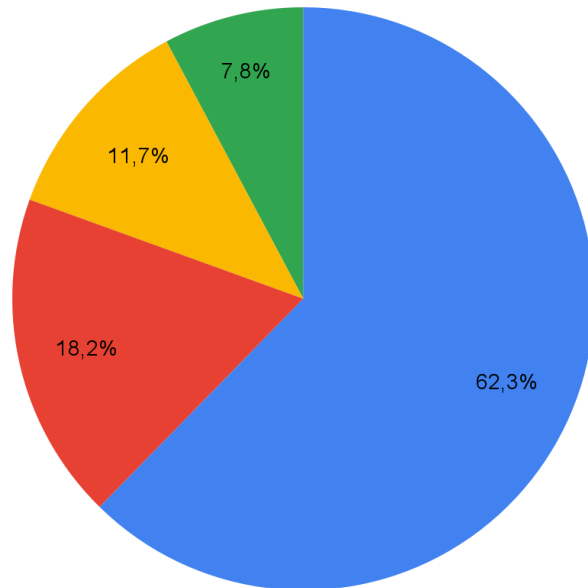


7- Si bien la mayoría de periodistas consultadas son asalariadas no solo desarrollan periodismo no solo en una sola actividad.

De las 166 personas que respondieron, 25 personas trabajan actividades que no corresponden a periodismo y comunicación.

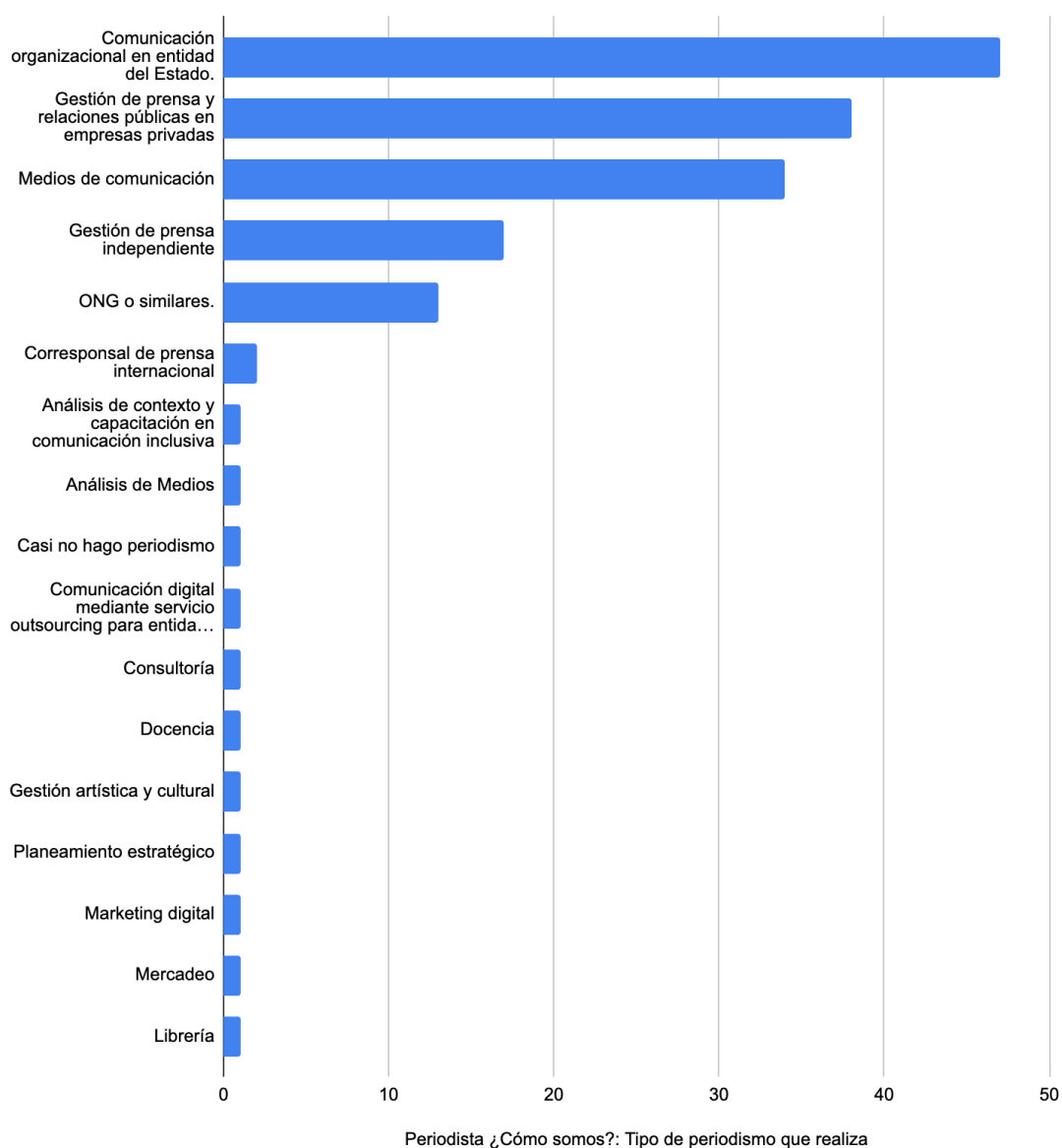
### Periodista ¿Cómo somos?: Condición de empleo

- Persona asalariada en planilla (el empleador paga seguridad social)
- Por contrato con una única organización (usted paga la seguridad social)
- No responde
- Servicios profesionales (usted gestiona y busca los proyectos, puede tener varios a la vez, y paga su seguridad social)



Cruzar datos por tipo de empresa

## Periodista ¿Cómo somos?: Tipo de periodismo que realiza

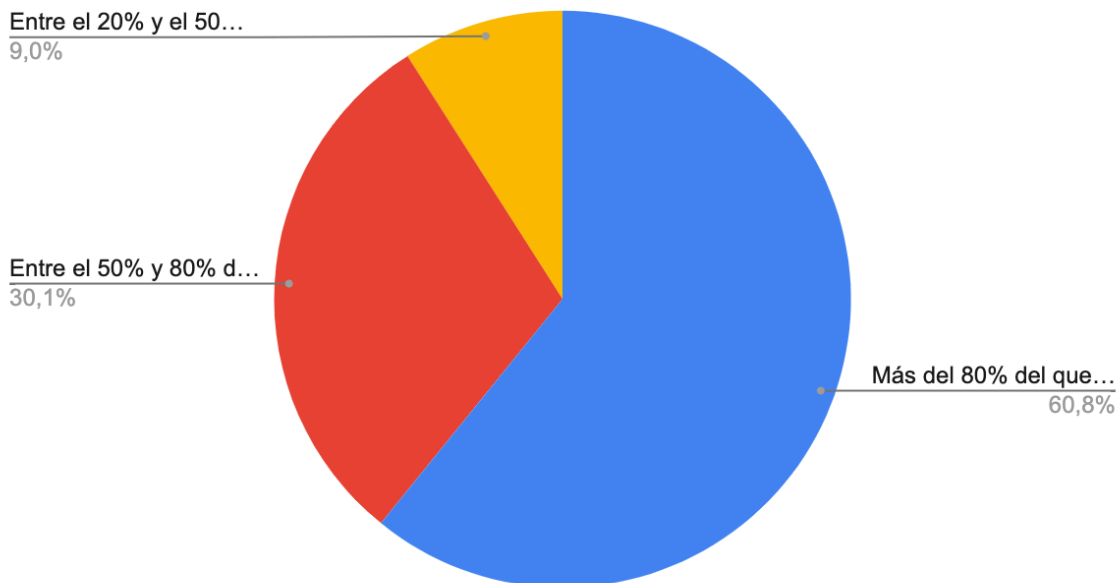


8- De las personas consultadas, 12 se encontraban sin empleo; 7 tenían más de un año sin trabajo, 3 entre 3 y 6 meses, y 2 personas tenían de 6 a 12 meses sin trabajo. Mayoritariamente han aplicado a de 1 a 5 ofertas laborales.

Las razones que mencionan para que no logren obtener o no acepten un puesto son: la edad, la falta de capacitación en algunas áreas de la comunicación, ofertas con extensas jornadas, salarios menores al mínimo, el perfil multitarea con un salario mínimo y la poca experiencia.

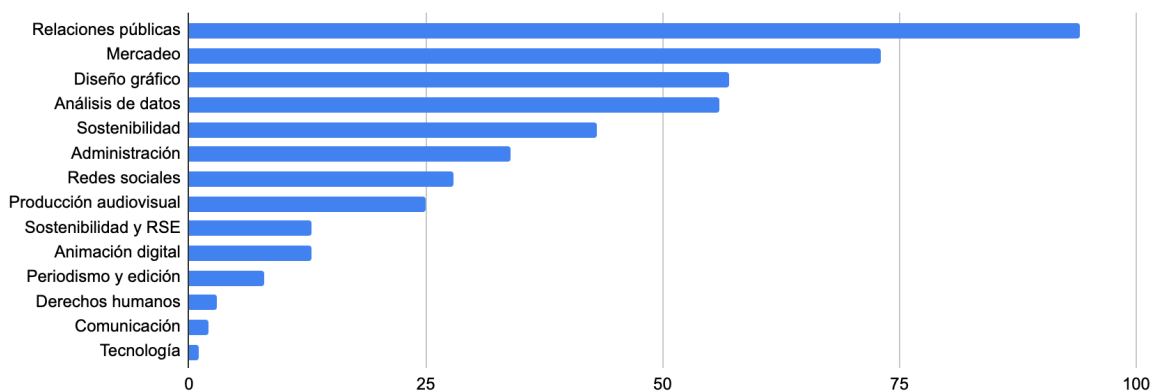
9- La demanda de habilidades en el entorno digital son altas.

Periodista ¿Cómo somos?: Frecuencia en desarrollo de habilidades digitales (uso de Internet, uso de redes sociales, uso de programas de edición)



10- Las personas que respondieron el estudio no hacen solo un tipo de trabajo en periodismo y comunicación. Sus actividades se vinculan principalmente con relaciones públicas, mercadeo, diseño gráfico y análisis de datos.

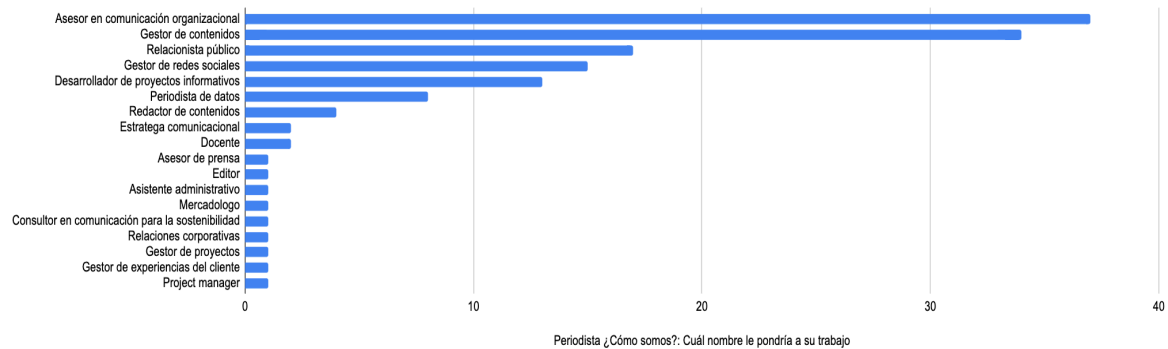
Periodista ¿Cómo somos?: Área en la comunicación con la que más se vincula



Periodista ¿Cómo somos?: Área en la comunicación con la que más se vincula

## 11- Es difícil ponerle un solo nombre a su trabajo.

Periodista ¿Cómo somos?: Cuál nombre le pondría a su trabajo



## 12- Las tareas que deben desarrollar incluyen:

- Escribir o editar comunicados.
- Escribir o editar discursos.
- Escribir o editar noticias.
- Escribir productos noticiosos en géneros diversos.
- Escribir informes de nivel medio y alto de complejidad.
- Hacer gestión de prensa y contactar a medios.
- Producir conceptos de piezas y campañas internas, externas o para redes sociales.
- Monitorear medios de comunicación y redes sociales.
- Coordinar entrevistas con medios de comunicación o con fuentes.
- Producir vídeos y audios (guiones y grabación).
- Elaborar estrategias y planes de comunicación.
- Tomar fotografías.
- Realizar análisis del entorno (comunicación política).
- Organizar eventos.
- Usar el equipo personal (celular, cámara fotográfica, cámara de vídeo, computadora).
- Organizar difusión de convocatoria ya sea presencial o virtual.

13- Los temas de interés que son mencionados con mayor frecuencia son: asuntos políticos, asuntos económicos, asuntos de derechos humanos, sostenibilidad, cultura, mercadeo y comunicación digital.