

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“EL PERFIL DEL PERIODISTA PROFESIONAL EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS”**

**TRABAJO DE TESIS
PRESENTADO POR
GLENDA ODETTE BARILLAS ROLDÁN**

**PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ASESOR DE TESIS
LICENCIADO GUSTAVO BRACAMONTE**

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2001.

DL
14
T(292)

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

DIRECTOR

Dr. Wangner Díaz Choscó

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

Dr. Wangner Díaz Choscó

Representantes Docentes

Lic. Douglas Barillas

Lic. Hugo Gálvez

Representantes Estudiantiles

Marco Julio Ochoa España

Guilmar Ernesto Bobadilla Rodríguez

Roberto Elías Esquit Meza

SECRETARIO

Lic. Elpidio Guillén

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Gustavo Bracamonte (Presidente - Asesor)

Lic. Héctor Salvatierra

Lic. Víctor Carillas

Dr. Wangner Díaz Choscó

Licda. Aracelly Mérida

Licda. Thelma Chamalé (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 6 de marzo de 2001
ECC 288-01

Licenciado
Gustavo Bracamonte
Esc. Ciencias de la Comunicación.

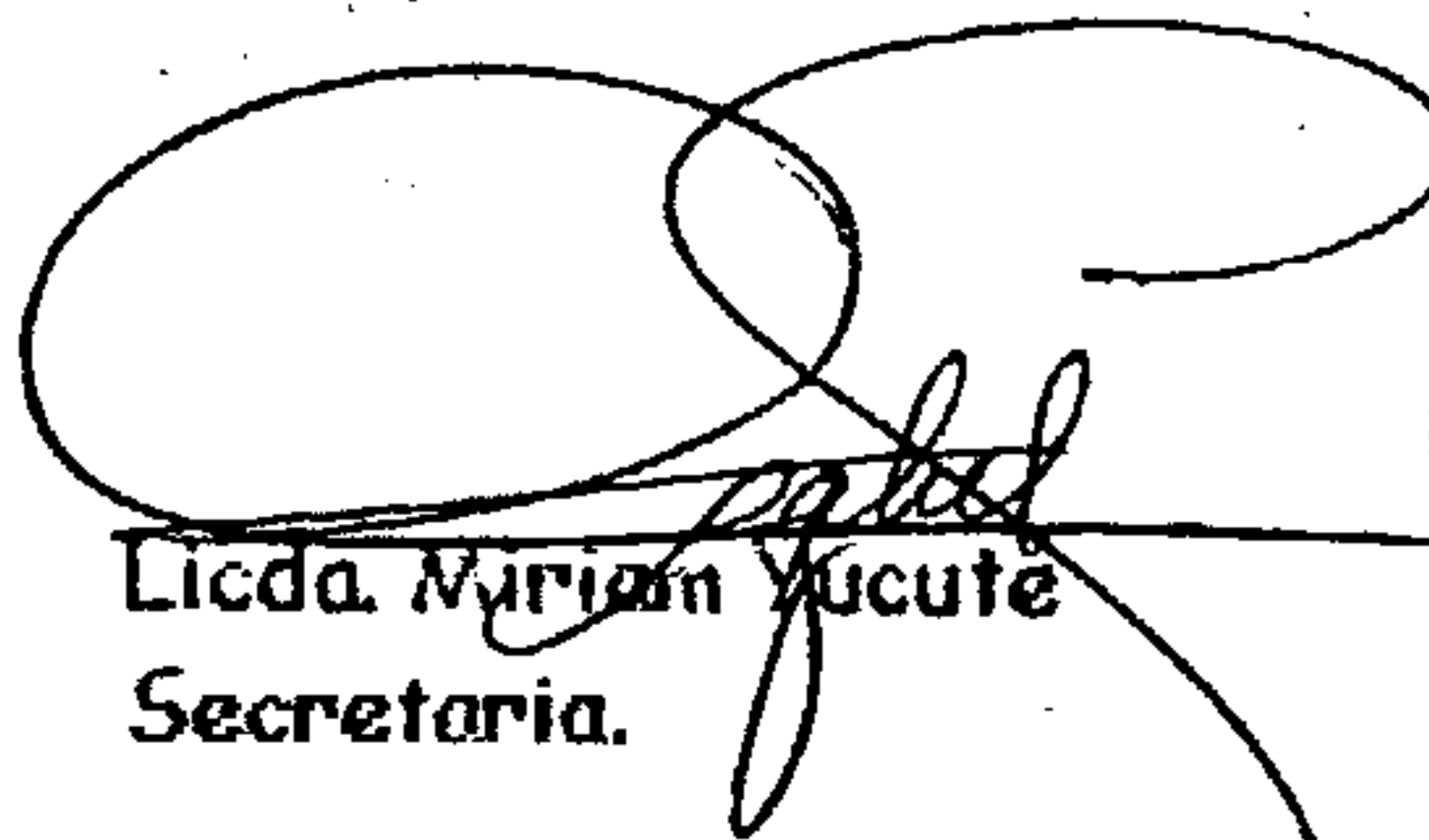
Estimado licenciado:

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 6.3, Punto SEXTO, del Acta No. 05-01, de sesión celebrada el 27-02-2001.

"SEXTO:...6.3... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA a) Aprobar al estudiante GLENDA ODETTE BARILLAS ROLDAN, Carné No. 9210254, el trabajo de tesis EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS. b) Nombrar como asesor al licenciado Gustavo Bracamonte."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Miriam Yucute
Secretaria.



MY/lm
cc. Comisión de Tesis

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 06 de junio de 2001
ECC-586-01

Señorita
Glenda Odette Barillas Roldán
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 4.3 del Punto CUARTO, del Acta No. 15-01 de sesión celebrada el 25-05-2001.

"CUARTO: ...4.3:... Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: nombrar a los profesionales Lic. Gustavo Bracamonte (presidente), Lic. Héctor Salvatierra y Lic. Víctor Canillas, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de la estudiante **GLENDA ODETTE BARILLAS ROLDAN**, Carné No. 9210254, cuyo título es: **EL PERFIL DEL PERIODISTA PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS.**"

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dr. Wangner Díaz
Director



WD/rmr

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 21 de setiembre de 2001.

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____
GLEND A ODETTE BARILLAS ROLDAN

Carnet No. 92 10254, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____
EL PERFIL DEL PERIODISTA PROFESIONAL EN LOS MEDIOS
DE COMUNICACION ESCRITOS.

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

H Salvatierra

Miembro Comisión Revisora
Lic. Héctor Salvatierra

Miembro Comisión Revisora
lic. Victor Carillas

Presidente Comisión Revisora
Lic. Gustavo Bracamonte

cc/estudiante
archivo
correlativo



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 25 de octubre de 2,001
ECC-1,247-01

Señora (ita)
Glenda Odette Barillas Roldán
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimada estudiante:

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 5.2 Punto QUINTO, del Acta No. 36-01 de sesión celebrada el 22-10-01.

"QUINTO:...5.2:... Comisión Directiva Paritaria ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: EL PERFIL DEL PERIODISTA PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS, presentado por la estudiante GLENDA ODETTE BARILLAS ROLDÁN, Carné No. 9210254, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Dr. Wangner Díaz, Licda. Aracelly Mérida y Licda. Thelma Chamalé (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Gustavo Bracamonte (Presidente), Lic. Héctor Salvatierra y Lic. Víctor Carillas, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Elpidio Guillén
Secretario



EG/mb

Por una Escuela con luz propia

Dedicatoria

Hay tantos sentimientos encontrados ahora dentro de mi corazón al tener que plasmar en este papel una dedicatoria del trabajo que estoy presentando, hay tantas personas a quienes decir gracias, algunas ya no están conmigo, han partido de esta tierra, otras, aún tengo la dicha de tenerlas a mi lado. Hoy en mi corazón hay mucha gratitud primeramente a Dios por haberme dado la oportunidad de alcanzar una meta más en mi vida profesional, le agradezco por haberme dado la bendición de tener una familia que me ama y que siempre me ha apoyado, le doy gracias por haberme dado la bendición de tener muchos amigos, por rodearme de muchas personas que sin conocerme creyeron en mi, y me dieron la oportunidad de desarrollarme profesionalmente, a todos ellos dedico ahora este éxito, de manera especial, al Licenciado Eduardo Mendoza, Ingeniero Eduardo Mérida, Licenciado Luis Peña y Doctor Rokael Cardona.

Este trabajo lo dedico con mucho respeto y amor a todos los miembros de mi familia, quienes en todo momento me han rodeado de amor, y han sido un gran respaldo para mí, con su incondicional apoyo sobre todo en el aspecto espiritual: A mis abuelitos, a todos mis tíos y tías, a mis sobrinos, a mi cuñada y a mis primos, en especial a Evelyn, Alex, Wesly y Elvis Barillas, los quiero mucho a todos y gracias por estar siempre tan cerca de mí.

A mi hermano Edgar Barillas: A lo largo de estos 29 años hemos compartido momentos muy especiales, desde niños aprendimos a soñar, a cuidar uno del otro, empezamos a crecer y Dios nos dio la bendición de ir alcanzando juntos, uno a uno nuestros sueños. Gracias por que siempre haz estado a mi lado, te quiero mucho Edgar, y tú lo sabes, y hoy estamos juntos nuevamente ahora para gozarnos por este otro sueño que Dios nos permitió alcanzar, porque este éxito no es solamente mío, este éxito es de los dos.

Finalmente mi dedicatoria y agradecimiento a mis padres José Cruz Barillas y Carolina de Barillas, mis dos grandes tesoros, gracias por haber hecho de mí una mujer de bien, ustedes son si no el único, uno de los más grandes motivos que me mueven a ser mejor cada día. mamita, papito, los amo con todo mi corazón, les agradezco por todo, y le pido a Dios que los llene de vida, y de muchas bendiciones y que como familia nos mantenga unidos, creciendo siempre en su amor.

Guatemala, octubre de 2,001

AGRADECIMIENTOS

LICENCIADA ARACELLY MÉRIDA GONZÁLEZ

De manera especial quiero presentar mis agradecimientos a la Licenciada Aracelly Mérida González, por su gran apoyo en la elaboración de la tesis que ahora estoy presentando, sus aportes fueron muy enriquecedores para el contenido de la misma, y quiero reconocer con este agradecimiento su apoyo.

A mis amigos:

**Licenciada Hellen Muñoz
Licenciada Claudia Velázquez
Erika Rosales
Lisbeth Santos
Adriana Veronica Mérida
Marile Franco de Fukuda y,
Juan Luis Ortega Montepeque
Gracias por su linda amistad y su apoyo**

Y a usted respetuosamente.

**PARA LOS EFECTOS LEGALES UNICAMENTE EL TESISADO
ES RESPONSABLE DEL CONTENIDO DE ESTE TRABAJO.**

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	i
OBJETIVOS	iii
INTRODUCCION	iv
CAPITULO I	
PERIODISMO	
1.1 Definiciones y opiniones de periodismo en general	1
1.2 Opiniones de periodistas guatemaltecos sobre el periodismo en el siglo xx	3
1.3 Lo que se espera del periodismo en el nuevo milenio	4
1.4 ¿Qué es periodismo escrito?	5
1.5 El mensaje periodístico	7
1.6 ¿Para qué se hace periodismo?	9
1.7 Funciones del periodismo	11
1.8 ¿Cómo se hace periodismo?	13
CAPÍTULO II	
EL PERFIL PROFESIONAL Y LOS PERIODISTAS	
2.1 Definición de perfil	19
2.2 Tipos de perfiles	19
2.2.1 Perfil de personalidad	19
2.2.2 Perfil ocupacional	20
2.2.3 Perfil prospectivo	20
2.2.4 Perfil profesional	20
2.2.5 Perfil ocupacional real	21
2.2.5.1 Características	21
2.2.6 Perfil profesional real	22
2.2.6.1 Características	22
2.2.7 Perfil profesional ideal	23
2.2.7.1 Características	23
2.3 Estudios para determinar el perfil profesional	23
2.3.1 Inventario de rasgos profesionales	23
2.3.2 Análisis del mercado de trabajo actual	24
2.4 Periodistas	25
2.4.1 Tipos de periodistas	26
2.4.2 Elementos que condicionan al periodista	27
2.4.3 Limitaciones del periodista en Guatemala	31
2.4.4 Capacidad de análisis del periodista	31
2.4.5 La empresa periodística	32

**CAPÍTULO III
METODOLOGÍA**

3.1 Investigación de campo	36
3.2 Método	36
3.3 Tipo de investigación	37
3.4 Universo	37
3.5 Criterio muestral	38
3.6 Ámbito de la investigación	38
3.7 Técnica y procedimiento	38
3.8 Instrumentos	38

**CAPÍTULO IV
PROPUESTA DEL PERFIL DEL PERIODISTA PROFESIONAL
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS**

4.1 Inventario de rasgos profesionales	42
4.1.1 Área cognoscitiva	42
4.1.2 Área afectiva	47
4.1.3 Área psicomotriz	51
4.2 Mercado de trabajo actual	52
4.2.1 Prensa Libre	52
4.2.2 el Periódico	53
4.2.3 Al Día	53
4.2.4 Nuestro Diario	54
4.2.5 Siglo Veintiuno	55
4.2.6 La Palabra 2000	55
4.3 Errores que el periodista debe evitar	56

CONCLUSIONES	57
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	

RESUMEN

TÍTULO: El perfil del periodista profesional en los medios de comunicación escritos.

AUTORA: Glenda Odette Barillas Roldán.

UNIVERSIDAD: San Carlos de Guatemala.

UNIDAD ACADÉMICA: Escuela de Ciencias de la Comunicación.

PROBLEMA

INVESTIGADO: Cuál es el perfil del periodista profesional, según la Opinión de los empleadores.

INSTRUMENTOS

UTILIZADOS: Fichas bibliográficas, selección de textos y entrevistas.

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER DATOS E INFORMACIÓN

Se realizó una investigación bibliográfica y documental, en las siguientes universidades del país: San Carlos de Guatemala, Rafael Landívar y Francisco Marroquín. En este estudio se presenta la información recabada.

De los diez periódicos que existen en la ciudad de Guatemala, se seleccionó a los seis principales de acuerdo con circulación y periodicidad: Prensa Libre, el Periódico, Al Día, Nuestro Diario, Siglo Veintiuno y La Palabra 2000, para realizar las

entrevistas a las personas involucradas en el proceso de contratación de los periodistas.

Luego se contactó con los empleadores, quienes informaron respecto de las funciones, conocimientos, responsabilidades, cualidades, actitudes y equipo básico que el periodista profesional debe manejar, así como la actual situación del mercado de trabajo.

El principal objetivo del análisis de la información es conocer la opinión de los empleadores de periodistas en los medios de comunicación escritos, referente a características, cualidades y conocimientos que el periodista profesional debe tener.

RESULTADOS OBTENIDOS Y CONCLUSIONES

El perfil del periodista profesional, de acuerdo con la opinión de los empleadores, es el siguiente:

Debe desempeñar varias funciones, entre las cuales pueden citarse: estar atento al acontecer nacional, tener excelente redacción noticiosa, debe investigar, planificar, reportear, analizar y redactar. Debe tener criterio periodístico, ya que es el responsable de socializar el acontecer político, económico, cultural, deportivo, etcétera, tanto en la sociedad como en el mundo.

De igual forma, debe tener cultura general amplia, así como las siguientes cualidades: Dotes de observación, retentiva, memoria visual, capacidad de prever y planificar, correr riesgos, dignidad, vocación, iniciativa.

El periodista profesional también debe conocer y manejar con eficiencia los diferentes géneros periodísticos y adecuarlos a los requerimientos específicos del medio impreso donde trabaje.

Los empleadores prefieren contratar periodistas graduados de la universidad, y con amplia experiencia. Ofrecen capacitación constante para reportear y redactar en forma apropiada. La escala salarial es de acuerdo con la jerarquía, atribuciones, responsabilidades, experiencia y desempeño.

OBJETIVOS

Generales

Realizar una investigación en los medios de comunicación escritos para conocer la opinión de los empleadores respecto de las cualidades, características y conocimientos que debe poseer el periodista.

Evidenciar la importancia de la formación profesional con la que debe contar un periodista para trabajar en el medio.

Específico

Presentar una propuesta del perfil del periodista profesional, acorde con los medios de comunicación objeto de estudio.

INTRODUCCIÓN

En los diferentes medios escritos trabajan periodistas empíricos, profesionales de la comunicación con estudios de otras carreras, así como egresados de las diferentes universidades del país; sin embargo, es necesario conocer la opinión de los empleadores acerca de las cualidades, conocimientos, responsabilidades, funciones y equipo básico que el periodista profesional debe manejar.

Por lo descrito, se consideró conveniente desarrollar una investigación que revelara todos estos elementos que son inherentes a un buen profesional en el área del periodismo. La labor de comunicar es muy importante, ya que el periodista mantiene informada a toda una nación (ello influye en la toma de decisiones en muchos aspectos de la vida nacional) así como a las autoridades que gobiernan el país y a la población misma, pues los medios de comunicación mueven y motivan a las grandes masas.

Se hace entonces necesario definir un perfil de lo que el mundo de hoy exige al periodista profesional y de la forma en que debe manejar la información.

Se hace referencia a los antecedentes del periodismo desde sus inicios en el mundo y la historia específica en Guatemala. Así también, se presenta información relacionada con la prensa escrita, el mensaje periodístico y las funciones que el periodismo contempla.

Se define el perfil profesional y los estudios necesarios para efectuar la investigación. Se presentan los tipos de periodistas que existen, los elementos que lo condicionan, las limitaciones que tiene en Guatemala, la capacidad de análisis, así como la organización de la empresa periodística.

Se describen los medios de comunicación escritos objeto de estudio; para el efecto se diseñó una ficha técnica con los datos más importantes acerca de cada medio investigado.

De igual forma, se menciona la metodología empleada en la investigación, y por último se hace la propuesta del perfil del periodista profesional en los medios de comunicación escritos, con sus conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I
CAPITULO I
PERIODISMO

CAPÍTULO 1

PERIODISMO

Este capítulo incluye una serie de lineamientos teóricos así como las opiniones de periodistas guatemaltecos entrevistados que dan contexto al tema de periodismo, los cuales se desarrollan a continuación.

1.1 Definiciones y opiniones de periodismo en general.

En torno a definiciones referentes a periodismo, se podría redactar un voluminoso diccionario debido a que éstas se han escrito en todas las latitudes geográficas, en todos los idiomas y las hay desde parciales y concretas, hasta generales y retóricas.

Dovifat, citado por Del Río (1991 p. 15), afirma: "El periodismo es una actividad firmemente ligada al momento y a la marcha de la técnica. Por esto requiere una eficiencia y un amor al trabajo sin desmayo, una percepción clara y permanente de los acontecimientos, conocimientos fácilmente utilizables, observación aguda y la capacidad de lograr una descripción certera, convincente y con lenguaje eficaz".

El periodismo satisface la necesidad de información porque es un vínculo entre el suceso y el lector. Por medio de la prensa, el hombre conoce los sucesos de su alrededor y se informa para tomar decisiones.

Rivadeneira (1983 p. 17) acerca de periodismo dice lo siguiente: "Es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes para transmitirlos a su destino mediante un canal llamado periódico".

Según Gomis (1991 p. 45): "El lector quiere ver, sentir, entender las cosas como si hubiera estado en el lugar del suceso, comprender la articulación de una serie de hechos y las circunstancias en que se han producido".

Para hacer más dinámico este estudio se entrevistó a varios periodistas de renombre quienes están ligados a los medios de comunicación escritos, quienes respecto de periodismo opinaron lo siguiente:

Gustavo Berganza (periodista y sociólogo, columnista de el Periódico): "Es la disciplina de las Ciencias de la Comunicación, cuya finalidad es recoger, elaborar y difundir noticias y opinión".

Ana Carolina Alpírez (Jefe de Redacción de el Periódico): "Es una profesión que permite estar en contacto con la gente; mi función es informar lo que ocurre acerca de temas que sean de interés general, situaciones que se suscitan en un sistema, en un campo. El periodismo es un vehículo no un agente de cambio. Es una lucha constante donde se traslada información de interés, hechos, información, datos, realidades. Al hablar de periodismo se puede hacer referencia a que no existe objetividad, existen parámetros para trabajar notas de forma profesional, en las cuales debe trasladarse hechos, sin manipular, sin tergiversar".

Carlos Morales Monzón (Jefe de Sección Económica, el Periódico): "Es una actividad profesional cuyo objetivo es ofrecer información acerca de hechos de interés".

Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack): "Si consideramos sus características esenciales, el periodismo es un medio de alcance universal que permite a la sociedad del mundo ejercitar un conjunto de derechos y libertades inherentes al ser humano. Excepto, lógicamente, en países donde existen prácticas de censura abierta y plena, y donde los medios de comunicación están controlados por el Estado o por grupos de poder que actúan en contraposición a los

parámetros democráticos. El periodismo, además de disciplina científica y técnica en el campo de la comunicación y la información, es el canal más utilizado para ejercitar, por ejemplo, el derecho a la libertad de expresión y de opinión. Asimismo, es un medio de enlace para cubrir otro tipo de derechos y libertades, como la libertad de acceso a la información, el acceso irrestricto a las fuentes de información, el derecho de la persona a estar informada y el derecho de quienes trabajan en periodismo de servir esa información para el conocimiento general".

1.2 Opinión de periodistas guatemaltecos sobre el periodismo en el siglo xx.

Gustavo Berganza (columnista elPeriódico) haciendo una retrospectiva acerca del periodismo en el siglo XX en Guatemala señaló: "Fue un periodismo que en la mayor parte del siglo se desarrolló con grandes limitaciones profesionales y que falló en comunicar adecuadamente la manera como era la sociedad guatemalteca de la época".

A su vez, Carlos Morales Monzón (Jefe de Sección Económica elPeriódico) indicó: "Si hablamos de Guatemala creo que fue una actividad plagada de empirismo y, en buena medida, de personas que utilizaron su profesión para sus intereses. Pero también hay que reconocer que se han ido sentando bases para un cambio en la profesionalización.

De igual forma, Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack) opinó: "Con algunas excepciones, en términos generales el periodismo incumplió ante la población al no servir información válida, pertinente, oportuna, veraz y objetiva sobre los graves problemas sociales y políticos. Adoptó posiciones de sumisión, indiferencia, a veces de complicidad y encubrimiento, de los graves hechos en que incurrieron los regímenes antidemocráticos.

Abordaron con indiferencia, o simplemente obviaron, los problemas que afectan a los sectores más vulnerables; pobreza, miseria, exclusión, marginación y falta de acceso a los servicios público esenciales. En términos generales, el periodismo en el siglo XX se erigió como el gran administrador de los controles democráticos y del ejercicio de la libertad de expresión. Es decir, dieron espacio solamente a temas, personas, grupos y sectores que gozaron de su preferencia. Los medios y los que trabajaron en periodismo decidieron a quién, cuándo, cómo, por qué y para qué le daban espacio para expresar ideas, opiniones y pensamientos".

1.3 Lo que se espera del periodismo en el nuevo milenio.

Ana Carolina Alpírez (Jefe de Redacción elPeriódico) afirmó: "Ha habido un cambio, se trabaja con miras hacia una profesionalización del periodismo, aunque en determinado momento se extrañan las grandes plumas de César Brañas y Miguel Angel Asturias, que aunque no eran periodistas realizaban un trabajo profesional. Hay que reconocer que aunque se está dando un cambio, aún hace falta mucho, sobre todo en el periodismo del interior de la República".

Gustavo Berganza (columnista elPeriódico) especificó: "Se necesita más profesionalismo. Una adecuada diferenciación entre lo que es el derecho empresarial y el derecho social a la libertad de expresión. Finalmente, el periodismo debe ser un ejercicio responsable en el que el afán por comunicar no pase por encima de derechos individuales como el derecho a la privacidad y el derecho a la fama y al buen nombre".

Carlos Morales Monzón (Jefe de Sección Económica) precisó: "Un periodismo comprometido, pero no con sectores, sino comprometido con la verdad, le afecte a quien le afecte o le beneficie a quien le beneficie".

Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack) manifestó: "El periodismo del nuevo milenio debe superar al de las décadas pasadas, cabe mencionar que durante la última década ha habido grandes avances, pero aún continúa ocupándose con preferencias de los temas macroeconómicos y políticos y sigue obviando el abordaje profundo de los problemas sociales. La expectativa es que el periodismo se nutra de estímulos necesarios para comprender la magnitud de la exclusión y la marginación, la miseria y la pobreza, y que a la vez mantenga su atención sobre los temas macro. Otra expectativa es que defina con más claridad y precisión los alcances de su labor como ente de control democrático, a efecto de no incurrir en extralimitaciones.

Asimismo, debe abrir espacios a todos los temas, sectores, grupos, personas, etcétera. Debe diversificar su cobertura y sus fuentes, es necesario que se fomente la investigación en el plano periodístico, que se levanten retos y desafíos mayores al simple ejercicio de tomar nota, hacer unas cuantas preguntas, acercar el micrófono o poner a funcionar la grabadora".

1.4 ¿Qué es periodismo escrito?

Del Río (1991 p. 94) dice: "En un acto de inteligencia, el hombre en sus orígenes creó el habla y al socializarla produjo el hecho social de la lengua. El hombre moderno, en otro acto inteligente, ideó el periodismo para dar expresión aquí y ahora a su pensamiento y a sus acciones y compartirlos con sus contemporáneos mediante su divulgación. Además de un hecho de comunicación, el periodismo es también un diálogo, pero colectivo.

El periodismo es el instrumento que por excelencia utilizan las sociedades para dialogar en forma cotidiana consigo mismas, en su lenguaje colectivo. De él se sirven para expresar, en distintos estilos, pensamientos, sentimientos y emociones; dramas y tragedias que día con día experimentan. Hasta ahora, no han

ideado otro medio más eficiente y eficaz para establecer comunicación periódica entre ellas.

A continuación se presenta la opinión de varios periodistas en relación con el periodismo escrito.

Gustavo Berganza (columnista elPeriódico): "En los últimos años, el periodismo escrito ha experimentado gran desarrollo. La relativa ausencia de limitaciones para el ejercicio profesional ha permitido desarrollar temas que antes no se trataban. Además, en los últimos 15 años, desde la restauración democrática, la presencia de nuevos medios de comunicación con nuevas ideologías y tecnologías ha permitido elevar el nivel profesional de quienes se dedican a esta actividad. Por supuesto, todavía existen insuficiencias, pero en general creo que se ha avanzado mucho en este campo".

Ana Carolina Alpírez (Jefe de Redacción elPeriódico): "El periodismo escrito es una profesión en la cual estoy trasladando información, realidades, bajo ciertos parámetros, dependiendo del tema que se esté trabajando, ya sea de género o de impacto social, siempre con el compromiso de la verdad, compromiso apegado a los hechos".

Carlos Morales Monzón (Jefe Sección Económica elPeriódico): "Es obvio que es el que se practica en medios impresos, pero se caracteriza porque los hechos se deben transmitir con una redacción tal, que los lectores puedan conocerles como si los hubiesen presenciado".

Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack): "El periodismo escrito permanece (no es etéreo ni evanescente), ofrece la posibilidad de explorar con detenimiento y amplitud los fenómenos y los problemas de una sociedad, los asuntos de la administración pública y otro tipo de temas de interés social. Esto

implica que el periodismo escrito y quienes lo practican tienen sobre sí una responsabilidad superlativa, lo cual no quiere decir que el periodismo que realizan los medios electrónicos carezca de responsabilidad, todo lo contrario. Sin embargo, en el caso del periodismo escrito hay un impacto político y social que permanece, en especial en las áreas urbanas y suburbanas, que es donde se concentra el mayor número de población que participa o intenta participar más activamente en las decisiones de Estado".

Cuando se habla de periodismo escrito, también se habla del mensaje periodístico.

1.5 El mensaje periodístico

Martínez Albertos (1978 p. 40) señala: "El mensaje periodístico, como tal, se inscribe en un proceso comunicativo, es decir, en el establecimiento de comunicación entre determinados grupos humanos, fenómeno social delimitado por dos características que lo diferencian, por oposición, de similares fenómenos humanos:

- a. Se trata de una modalidad concreta de las llamadas comunicaciones de masa, o actividades comunicativas transmitidas mediante los mass-media.
- b. Estas comunicaciones masivas, por otra parte, se deben referir a contenidos específicos: Transmisión de hechos, ideas, conceptos y juicios".

Aguilera (1992 p. 151-152) respecto del mensaje periodístico describe: "Tiene que adquirir, para serlo, gran difusión, que le proporcionan los mass-media, en su traducción al castellano, medios de comunicación social, o, más literalmente, medios de comunicación de masas. Entre estos medios se encuentra el escrito, es decir, el periódico".

Gomis (1991 p. 47) anota: "El periódico es un intérprete y el periodismo un método de interpretación de la realidad. La tarea de interpretación suele concederse a los periódicos en cuanto comentan la realidad, en cuanto opinan sobre los hechos que se producen. Se habla así de información e interpretación como de dos aspectos del periódico".

Gustavo Berganza (columnista elPeriódico) "El mensaje periodístico propicia la creación de una nueva realidad. El periodista selecciona un acontecimiento entre cientos que ocurren en un momento dado, lo reelabora de acuerdo con las técnicas periodísticas y lo publica, dándole al público una interpretación muy personal de la manera como esa realidad fue percibida por él o la comunicadora social.

El mensaje periodístico debe incorporar la mayor cantidad posible de visiones y percepciones ajenas a las del periodista. Esto permite reconstruir la realidad que originó el hecho noticioso de una manera más completa. Luego, en términos formales, la sustancia en la cual se transmite ese mensaje debe ser lo más clara posible, de tal forma que el mensaje no sea ahogado por las palabras que aspiran a transmitirlo".

Ana Carolina Alpírez (Jefe de Redacción elPeriódico): "Es la información que estoy trasladando a los lectores, no existe un parámetro, esto depende muchas veces del periodista, el medio o el Director de Redacción. El mensaje periodístico se debe apegar a la realidad, sin el afán de manipular pensando que con esto obtendré mejores resultados. "El mensaje periodístico debe aplicar los géneros periodísticos con responsabilidad y compromiso; asimismo, hacia el medio que representamos".

Carlos Morales Monzón (Jefe Sección Económica elPeriódico): "El mensaje periodístico consiste en la transmisión de información con fuentes comprobables y con

una redacción contextuada, de tal forma que sea comprensible por quien lea la nota.

Debe tener una entrada atractiva y con información novedosa que sirva de gancho para el receptor. En el cuerpo de la nota se deben incluir opiniones de conocedores o involucrados en el tema. Así como datos que no dejen dudas en el receptor".

Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack): " Depende cuál sea el mensaje, los códigos que se utilizan, las características del emisor y del receptor, y del contexto en que éste se envía. El mensaje intrínseco en cada nota periodística debe tener como finalidad informar por igual a lectores de tipo rural y urbano, en especial cuando se trata de información, redactarla y convertirla en noticia y al editarla, el criterio periodístico debe estar centrado en factores de precisión, claridad y concisión.

Cuando se trata de temas especializados, es lógico que el criterio también será específico y hasta se puede usar un sociolecto determinado. Sin embargo, no es recomendable, sobre todo si el fin (la teleología) es informar a todos de un tema especial. Entonces, aunque se trate de temas especializados, el lenguaje debe ser simple, directo, preciso y conciso; hay que evitar los sociolectos y el abuso de la terminología especializada. El mensaje debe ser lo suficientemente claro y sencillo para que su contenido sea accesible para todos.

Los factores clave en la redacción de un mensaje periodístico son: precisión, concisión y claridad en las ideas planteadas y en la información que se sirve".

1.6. ¿Para qué se hace periodismo?

Gustavo Berganza (columnista el Periódico) respecto de este tema opinó: "Los medios de comunicación propician el periodismo como una empresa lucrativa, es

decir, para lograr un beneficio económico. La noticia, en ese sentido, se convierte en un bien de intercambio comercial. Luego, existe también un interés de influir. El manejo de la información otorga poder. Quienes tienen un medio de comunicación logran de esta manera acumular poder simbólico.

Finalmente, el periodista se dedica a esta ocupación por varias razones:

- a. Como manera de autorrealizarse personalmente.
- b. Como una forma de sobrevivencia.
- c. Como un trampolín para optar a otro tipo de ocupaciones más prestigiosas, más rentables o con mayor poder.

Carlos Morales Monzón (Jefe Sección Económica el Periódico) indicó: "Si lo vemos técnicamente, el periodismo se hace para ofrecer información acerca de hechos de interés general, pero si nos trasladamos a la realidad, creo que para cumplir, en muchos de los casos, con las necesidades que tienen de informar algunos hechos los sectores que tienen en propiedad los medios o influyen en ellos.

Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack): "Hice periodismo durante 14 años de mi vida para: a). Trabajar la información sobre bases de objetividad, imparcialidad e independencia, con el fin de dar un servicio confiable a la población meta: información noticiosa capaz de soportar cualquier escrutinio; para esto es necesario rechazar las manipulaciones, las trampas, las presiones y resistir cualquier intento de cooptación y b). Para ejercitar el control democrático que le es propio al periodismo: social y político. La idea es no abusar del poder que implica hacer periodismo o del poder que manejan los medios. La idea es que, mediante el servicio de la información, se aporten elementos para el control democrático. el trabajador del periodismo no debe constituirse en juez de nada ni de nadie.

Del Río (1994 p. 18) comenta: "El periodismo es hoy en día una necesidad existencial del hombre moderno. Éste necesita saber qué pasa por el mundo, por qué y cuál es el sentido y contextos del acontecer diario. De ahí que la esencial función de informar de la actividad periodística se haga acompañar de otras funciones de semejante importancia".

Las razones principales de existir del periodismo son: informar, formar opinión, explicar y entretener, y por qué no, educar y anunciar. Conviene explicar cada una de estas funciones.

1.7 Funciones del periodismo

Informar. Consiste en divulgar la obra que generan los hombres al relacionarse de manera política, económica, social, etcétera, con otros hombres, ya sea conflictiva o armónicamente. Es también contar los pensamientos y opiniones que acompañan a sus acciones. Así se informa de planes, programas, acciones, informes de resultados. Del mismo modo, se informa de las ideas que fundamentan esas actividades. En este proceso informativo, el periodista se limita a elaborar su relación sin comentarios propios o ajenos. Sólo a describir con fidelidad al objeto de la información.

Opinar. Es hacer la evaluación de los sucesos; analizar y enjuiciar su naturaleza, con fundamentos extraídos de la teoría o de la experiencia pero es también persuadir, convencer con pruebas (o sin ellas) a la opinión pública, de la bondad o maldad de una noticia y de sus efectos reales, probables o posibles. Incluso la opinión puede alcanzar al tratamiento técnico que el reportero hizo de la noticia.

Explicar o interpretar. A diferencia de la opinión, que es un juicio subjetivo, es una valoración objetiva basada en antecedentes, análisis, ilación, exposición com-

prensiva de los acontecimientos. De tal manera que el reportero no impone su opinión, sino que impulsa al público a deducir sus propias conclusiones.

Entretener. Es divertir mediante la ficción, lo irreal e imaginario. Por su carácter eminentemente visual se dirige más a los sentidos que a la inteligencia. Busca provocar emociones y despertar sentimientos, más que la reflexión. Da elementos al público para que sueñe o evada problemas.

Anunciar. Desde el momento en que los medios de comunicación empezaron a ser financiados por la publicidad, se configuró esta función, la de anunciar. Los medios, y, por consecuencia, su quehacer, el periodismo, se convirtieron también en vehículos de promoción y fomento de la actividad económica, por medio de difundir (muchas veces periodísticamente) los bienes y servicios que generan las fuerzas productivas y el gobierno.

Educar. Mucho se ha debatido respecto de si el periodismo es formativo. Se puede decir que si no de forma tradicional como una escuela, lo hace de manera informal mediante las funciones periodísticas. Los mensajes, por lo general sencillos y de temáticas variadas que se transmiten por los medios, en secuencias, tienen los requisitos básicos para ser aprendidos e influir (condicionando) en el pensamiento (creencias) y las decisiones (acciones) de los individuos o grupos.

Gustavo Berganza (columnista, elPeriódico) acerca de las funciones que debe cumplir el periodismo en Guatemala, comentó: "Debe reflejar de manera honesta, con las insuficiencias y limitaciones que tienen los medios y los periodistas, la realidad social, política, económica y cultural del país. Ser, en este sentido, un vehículo de expresión de las expectativas sociales".

Ana Carolina Alpírez (jefe de redacción, el Periódico) manifestó: "Básicamente informar, formar, orientar y entretener, dentro de lo que es la parte de la comunicación yo traslado la información y mi lector la recibe".

Carlos Morales Monzón (Jefe Sección Económica el Periódico) señaló: "Debiera cumplir, según mi criterio, con informar verazmente acerca de lo bueno y lo malo que suceda y que sea de interés general. Además, con socializar la información de manera que se oriente a los receptores hacia la democratización y la participación y discusión en los temas de interés general".

Carmen Aída Ibarra (consultora Fundación Myrna Mack): "Ejercitar con responsabilidad y seriedad al conjunto de deberes y obligaciones que implica servir información al conglomerado social. Exigir que haya condiciones suficientes para ejercitar el conjunto de derechos y libertades vinculados con la expresión, la opinión y la información. Sin desbordes ni abusos, ejercitar el control democrático que le corresponde.

1.8 ¿Cómo se hace periodismo?

Se presenta a continuación según Fresse (1999 p.152) la opinión de varios directores de periódicos respecto de cómo se hace periodismo en Guatemala.

Juan Luis Font (Director el Periódico): "El periodismo que hacemos no es reactivo, nosotros tomamos la iniciativa. Lo subdividimos en: el de día a día, que es el cubierto por los reporteros y no da tiempo más que a consultar tres fuentes, dos contrapuestas y una imparcial. El otro es el de investigación; hemos atravesado una transición, empezamos haciendo escritos interpretativos y ahora pasamos la frontera y nos entramos al mundo de la investigación real. Quizá no con la fortaleza que quisiéramos, pero hemos tenido notas valiosas e interesantes que cum-

plen con los requisitos de un proceso de esta magnitud. No son declaraciones de fuente, sino se reportea con técnicas que permiten descubrir hechos.

Nos diferenciamos de los demás medios porque hacemos un periodismo planificado para no reaccionar a la agenda noticiosa que pretenden imponer las fuentes más importantes, el gobierno, los políticos y algunas empresas.

No creo que sea lento el desarrollo del periodismo en el país, lo que sucede es que quisiéramos que los cambios se dieran de un momento a otro y eso es imposible. Las cosas se dan paulatinamente, pero hoy estamos mejor que hace cinco años. Y si se exige profundidad es porque también ha habido un avance en el ámbito de lectores. Pero a menos que uniéramos las redacciones de todos los matutinos, podríamos hacer un periodismo diferente; aunque he de confesar que en la redacción nuestra tenemos cinco periodistas realmente de calidad, capaces de hacer un trabajo con orientación mínima de editor, pues tienen iniciativa, excelentes fuentes de acceso, manejo de la información, tanto formal como fuera de récord. Capaces de contrastar, confirmar y con criterio para elegir la noticia. Eso es lo que esperaríamos todos”.

Gonzalo Marroquín (Director de Prensa Libre): “La gran fortaleza de Prensa Libre es el periodismo puramente informativo. Nosotros somos fuertes en tener la noticia, la primicia, la exclusiva; en transmitir una narración completa e informar a los lectores acerca de lo que está pasando en el país. Un buen periódico es el que mejor refleja la realidad nacional, y, en este sentido, Prensa Libre es el único en Guatemala que transmite lo que sucede en el plano social, económico, político, etcétera.

No obstante, no se pretende ser sólo informadores superficiales, sino ser buenos informadores. Nuestro titular principal ocupa por lo menos cuatro quintas partes de una página; no puede llevar menos, lo que significa que le decimos al lector: mire,

ésta es la noticia más importante y la investigamos para usted; recogimos la mayor cantidad de fuentes de información, conseguimos reacciones, balanceamos el hecho; tratamos de tener dos o tres partes de la historia, y es una noticia en la que concentramos nuestro esfuerzo informativo, precisamente para que no se quede con el sabor de que lo único que se hizo fue publicar lo mismo que él ya escuchó o ya vio (aunque por lo regular ganamos exclusivas) y tenga que decir: bueno, supe qué pasó, pero no entiendo por qué. En estos textos ya hemos incurrido entre 8 y 12 fuentes, cosa que en el pasado no existía.

Es cierto que tenemos dos debilidades, las cuales superamos: una es el periodismo de investigación y la otra es el analítico, que es el que considero debe desarrollar el periodista en nuestro país.

El periodismo de investigación se debe traducir en profundizar más en casos como corrupción, violación a los derechos humanos, procesos judiciales, y otros. Aunque hemos hecho algunos avances en esta materia, todavía tenemos flaquezas.

Sin embargo, quisiera que el periodismo informativo, diario, tuviera notas cada vez más indagadas, más sustentadas, porque todo el periodismo es investigación.

Hay algo, en lo que nos falta mucho camino, en el periodismo de análisis, que significaría dar a los lectores más contexto, explicarles el porqué de la noticia y hacia dónde va. En otras palabras, se deben buscar elementos que ayuden a los lectores a entender mejor los hechos. En muchos países del mundo, el periodismo informativo está únicamente en manos de la televisión y de la radio, que son medios rápidos o inmediatos; *la prensa comienza a desempeñar un papel de periodismo analítico, sobre todo en Europa, y creo que de cara al nuevo milenio, el reto del periodismo escrito en Guatemala tiende a ese camino.*

José Eduardo Valdizán (Director Siglo Veintiuno, en el momento de la entrevista): "Guatemala aún empieza con el periodismo de investigación. Los diarios presumen tener equipos de esta clase, pero la realidad no es ésa, pues existen varias dificultades. Un comunicador necesita tener cualidades y conocimientos técnicos que le permitan realizar trabajos de esta naturaleza.

En nuestro medio hay periodistas que no sólo investigan un tema diferente cada día, sino que nunca le dan seguimiento a las notas, por lo tanto se pierden. Agregado a esto, no cuentan con especialización o preparación encaminada a elaborar una investigación rica en información, ángulo y profundidad. La ausencia de equipos de investigación en los medios se debe, primeramente, a lo caro que son, y segundo, a la falta de formación académica de los comunicadores. En las universidades apenas enseñan un poco de periodismo y un poco de varias cosas. Al final no enseñan la especialidad como tal.

A diferencia, en otros países se forman comunicadores que son graduados como periodistas; aparte están los mercadólogos, publicistas, locutores, etcétera. En Estados Unidos, por ejemplo, hay quienes fueron especializados en temas jurídicos y son casi abogados, lo cual permite dar una visión apegada a los hechos.

Lo que se hace en Guatemala es conseguir una cantidad grande de datos, que se conjunta y se ofrece al lector, pero no hay un equipo perfectamente integrado. La investigación periodística implica connotativamente la Democracia Real, ya que para indagar se requiere del acceso a la información y a los archivos gubernamentales de la forma más fácil posible. Aunado a esta situación, los funcionarios niegan divulgar hechos o archivos, por no considerarlos públicos, de acuerdo con su interpretación.

Existen temores lógicos. Guatemala es un país con una democracia reciente, y en el pasado el periodista o medio se abstendrían de realizar una investigación por

temor a un atentado, secuestro o asesinato; el funcionario también temía por sí mismo, pues a veces resulta fácil saber quién dio determinada información. Para retomar el ejemplo de Estados Unidos he de decir que lo más que le puede suceder a un empleado público por revelar un hecho es ser despedido”.

La competencia obliga a la capacitación

La creciente competencia que existe en los medios escritos exige que éstos capaciten y actualicen a su personal. Este proceso con seguridad llevará su tiempo aunque se esté consciente de que es urgente. Sólo de esta forma se multiplicarán los conceptos que conduzcan a un periodismo actual y se abandonará lo convencional.

Hace falta mucho camino por recorrer; y los frutos de la actual competencia se verán dentro de mucho tiempo. Esto no significa que en el pasado no se hizo buen periodismo. Lo hubo muy bueno y valiente aunque algunas veces se cree que más valiente que bueno.

CAPITULO II

EL PERFIL

PROFESIONAL Y

LOS PERIODISTAS

CAPÍTULO 2

EL PERFIL PROFESIONAL Y LOS PERIODISTAS

2.1 Definición de perfil

"Miramientos en la conducta o en el trato social" Diccionario de la lengua española (1970 p. 67)

"Es el conjunto de capacidades que el estudiante debe desarrollar para desempeñar determinadas responsabilidades profesionales en una sociedad también determinada. Suele redactarse en términos de objetivos, los cuales se deben formular con un criterio de continuidad, ya que el período de estudio termina, pero no así la formación profesional que debe ser permanente", Gamboa (1993 p. 87).

Benito (1991 p. 205): "Perfil se puede definir como el conjunto de características que describen a un individuo o a un grupo de ellos. Éstas características suelen ser la personalidad, sexo, nivel económico-social o sus actitudes hacia ciertos problemas, entre otros".

2.2 Tipos de perfiles

Según Guedez (1992 p. 75) existen cuatro tipos de perfiles entre los cuales están: Perfil de personalidad, perfil ocupacional, perfil prospectivo y el perfil profesional.

2.2.1 Perfil de personalidad

Describe las características y los modos de comportarse de un individuo, como resultado de su proceso de formación e información, los cuales, en su

conformación y organización, explican el desenvolvimiento del sujeto en su medio ambiente.

2.2.2 Perfil ocupacional

Incluye las tareas que caracterizan las diferentes ocupaciones que requiera el mercado de trabajo y que conforman la profesión en el área respectiva.

“El perfil ocupacional orienta los conocimientos, que deben incluirse en el perfil profesional y se definen como los conceptos, hechos y criterios para la toma de decisiones y otros aspectos cognoscitivos necesarios para ejecutar una responsabilidad. Asimismo, orienta las habilidades que se constituyen en los pasos requeridos para la ejecución de una responsabilidad profesional que es la capacidad de responder a los actos propios y ajenos en el desempeño de la profesión” Gamboa (1993 p. 90)

2.2.3 Perfil prospectivo.

El perfil prospectivo constituye el deber ser, es decir, de lo que aspiramos y de lo que de acuerdo a los lineamientos políticos-filosóficos nacionales, será la Guatemala del futuro. Comprende la capacitación que le permitirá al individuo enfrentar exitosamente las tareas previsibles que se le presentarán en un mundo de contrastes, cambios e innovaciones.

2.2.4 El perfil profesional

Representa lo característico y fundamental de una profesión y previene de la fusión de los tres perfiles anteriores.

El perfil profesional constituye una descripción de las funciones que deberá ser capaz de realizar el profesional al terminar sus estudios e integrarse en el mercado de trabajo en el campo de su profesión. Pero una descripción no se concreta a un listado de actividades, debe ser una relación sistematizada, estructurada, de acuerdo con las características de la profesión. Por ejemplo, los niveles o áreas donde deberá desempeñarse el profesional.

La descripción de funciones no se debe referir únicamente a conocimiento y destrezas motrices, sino incluir las concepciones que se encuentran relacionadas con las expectativas que se tienen respecto de la profesión.

Según Gamboa (1993 p. 87) dice: " El perfil profesional comprende el conjunto de capacidades que el estudiante debe desarrollar para poder desempeñarse en los roles profesionales en el área de la carrera escogida, así como los rasgos profesionales y sociales en cuanto a conocimientos, habilidades y destrezas requeridos en el mercado potencial de trabajo. Además, en el marco de objetivos institucionales se define, el alcance deseado de la participación de los profesionales a formar, considerando los conocimientos y aptitudes, que lo capaciten para plantear problemas en su ámbito de acción, para diseñar y ejecutar soluciones al respecto; así como las actividades que denotan los aspectos intangibles de la formación como lo son las escalas de valores y el comportamiento".

Existe otra clasificación de perfil según Gurdían (1979 p. 76) quien propone una metodología para la definición del profesional ideal, la cual requiere de la definición ocupacional real y la definición profesional real.

2.2.5 Perfil ocupacional real

Supone caracterizar el puesto que desempeña un profesional de un campo dado. Debe contener las siguientes características para su definición.

2.2.5.1 Características

- ⌘ Identificar instituciones empleadoras.
- ⌘ Hacer un análisis de las tendencias del mercado ocupacional.
- ⌘ Elaborar descripciones de los puestos representativos.

2.2.6 Perfil profesional real

La definición profesional real se refiere propiamente a la determinación de lo que debe enseñarse a los futuros profesionales. Abarca aspectos cognoscitivos, afectivos y psicomotrices. Para su definición debe tener las siguientes características.

2.2.6.1 Características

- ⌘ Conocimientos científicos y técnicos específicos de la profesión.
- ⌘ Habilidades y destrezas típicas de la profesión.
- ⌘ Actitudes y aptitudes necesarias del profesional.
- ⌘ Conocimientos humanísticos e instrumentales necesarios para la profesión.
- ⌘ Concepto de cambios críticos en la sociedad, tales como: Políticos, sociales, económicos y ambientales.
- ⌘ Nuevas tendencias e innovaciones en el contenido y método de pensamiento de las diferentes disciplinas.
- ⌘ Papel que cumple la profesión en la sociedad.
- ⌘ Posibles reformas que pueden contribuir al cambio tecnológico, económico y social.

2.2.7 Perfil profesional ideal

Se logra la caracterización del profesional ideal y resulta de la integración de la definición ocupacional real y de la definición profesional real.

2.2.7.1 Características

- ⌘ Opinión de profesionales del área.
- ⌘ Opinión de profesionales de áreas afines.
- ⌘ Planes de desarrollo institucional.
- ⌘ Desarrollo científico social del área.
- ⌘ Recursos actuales y potenciales.

2.3 Estudios para determinar el perfil profesional

Cerdá Michel (1991 p. 324) propone los siguientes estudios para determinar el perfil profesional:

- Inventario de rasgos profesionales
- Análisis del mercado de trabajo actual.

2.3.1 Inventario de rasgos profesionales

Con este análisis se obtiene información referente a las actividades que desempeñan los profesionales y de las características que deben poseer para realizarlas. Es conveniente establecer contacto con las principales instituciones o centros de trabajo para elaborar un listado de rasgos profesionales.

Para conocer con exactitud los rasgos y características, se deben tener en cuenta las siguientes áreas:

- Cognoscitiva
- Afectiva
- Psicomotriz.

2.3.1.1 Área cognoscitiva

Consiste en el conocimiento sólido acerca de determinadas ciencias que el periodista debe tener en su cultura general, así como las funciones que debe desempeñar en su campo de trabajo y las responsabilidades que tiene a su cargo en el departamento del periódico en el que labora.

2.3.1.2 Área afectiva

Son los valores, sentimientos y pensamientos que el periodista debe tener. Entre ellos se encuentran: las cualidades, actitudes y características con las que debe contar para realizar en forma adecuada su trabajo. Su estado anímico influye mucho en su desempeño.

2.3.1.3 Área psicomotriz

Son los procedimientos motores o cognoscitivos necesarios para realizar la actividad periodística, es decir, es el equipo básico que debe saber manejar para realizar eficaz y efectivamente su trabajo.

2.3.2 Análisis del mercado de trabajo actual

Al hacer el inventario de rasgos profesionales se puede hacer al mismo tiempo el del mercado de trabajo. Éste debe incluir varios aspectos.

2.3.2.1 Lo que la empresa solicita

- Grado académico requerido.
- Experiencia necesaria.

2.3.2.2 Lo que la empresa ofrece

- Capacitación que el medio de trabajo brinda.
- Clasificación de los periodistas de acuerdo con la labor que realizan.

Se presenta todos los elementos que se involucran en el tema de periodistas y que están relacionados con el perfil profesional.

2.4 Periodistas

Rodríguez (1994 p. 21-30) narra cómo debe ser el periodista:

"Un periodista que desee dedicarse a la investigación debe cumplir con una serie de características personales y estructurales determinadas. Se requiere tener, entre otras cualidades, buenas dotes de observación, retentiva, memoria visual, capacidad de previsión y planificación, dotes de improvisación, conocimientos generales amplios, discreción, capacidad de correr riesgos... Pero las posibilidades de trabajo de un periodista investigador están condicionadas por una diversidad de elementos complementarios, entre los que resaltan los de índole laboral, disponibilidad de medios económicos, técnicos, humanos, las características del medio para el que se trabaje, el tiempo disponible, su capacitación técnica, su intencionalidad, su ideología.

2.4.1 Tipos de periodistas

Existen dos tipos de periodistas en este aspecto: el informador y el investigador.

El periodista informador será el que, con las técnicas habituales de la profesión, elabora información procedente de una fuente atribuible o de un hecho que, por su configuración espacial y temporal, estuviese en la superficie de la realidad y apto para ser un valor noticiable imparable a corto plazo. Es decir, el periodista informador comunica una noticia que, con o sin su intervención profesional específica, hubiese aflorado por sí misma hasta la opinión pública en un tiempo relativamente corto y definido por parámetros objetivos (procedimiento judicial, acción policial, rueda de prensa, campaña electoral, acontecimiento social en general, etcétera).

El periodista investigador, en cambio, será el que utilizando técnicas habituales de la profesión u otras específicas o habitualmente atribuibles a profesiones ajenas a la suya (detective, policía, abogado, historiador, etcétera), elabora una información producto de un número indeterminado de fuentes (atribuibles o no) y de un análisis personal de datos, contrastados con mayor o menor eficacia, que le conducen a comunicar una noticia sobre una realidad que, por su propia configuración y naturaleza, estaba destinada a permanecer oculta durante un período indefinido.

En resumen, el periodista informador transmite noticias generadas por terceros con voluntad de hacerlas públicas. Y el periodista investigador, con su proceso comunicador, crea noticias él mismo al publicitar hechos con voluntad de ocultación cuyo conocimiento público desencadena, o debería desencadenar, procesos sociales o informativos. Mientras que el primero es ajeno a la noticia que transmite, el segundo es parte actora de la noticia que crea.

Un periodista investigador tiene que estar enamorado de su trabajo, ya que necesariamente se va a pasar 24 horas por día ejerciendo su profesión. A poco que se descuide, puede llegar a vivir inmerso en un mundo en el que no hay límites entre trabajo y vida privada. El precio que tiene que pagar es alto, pero el premio del proceso de investigación, el placer de dar vida a retazos de la realidad ocultos, es bastante rico como para intentar esta dura vía del periodismo.

2.4.2 Elementos que condicionan al periodista

Según Rodríguez (1994 p. 34) se pueden señalar algunos elementos que condicionan el trabajo del periodista.

En primer lugar se clasifica a los periodistas en *free lancer* y fijo en plantilla de un medio de comunicación, es común a todos los tipos de periodismo que se hagan y lleva a considerar principalmente las diferencias de tipo laboral. *Free Lancer*, el que trabaja por su cuenta y vende puntualmente sus trabajos o el que realiza determinados trabajos por encargo o mediante pacto previo, con un medio, tiene que tener más capacidad para encontrar temas con valor noticiable ya que, al cobrar a tanto la pieza, su supervivencia depende de la calidad y cantidad de sus trabajos; pero no así el de *plantilla*, que tiene un sueldo fijo haga lo que haga.

Esta diferencia se ve también en los medios de trabajo de que pueden disponer cada uno de ellos. Mientras que el de *plantilla* puede utilizar toda la infraestructura de su medio o empresa, teniendo cubiertos de entrada todos los gastos necesarios para realizar su actividad, el *Free Lancer*, salvo las cada día escasas excepciones, debe autofinanciar su proceso de trabajo. Esto le obliga a mantener inmovilizado un remanente económico más o menos importante o pactar con las empresas periodísticas un adelanto a cuenta de gastos.

En las distintas facetas de actuación del **periodista informador** (apuntadas en el esquema 1 posterior), resulta obvio su campo específico de trabajo, ya que le supone por sí mismo un condicionante, tanto desde el punto de vista de la posibilidad de medios en los que trabaja (no todos los medios, por ejemplo, realizan información musical o literaria), como desde el de la propia dinámica y metodología profesional. Y, quizá, en un aspecto mucho menor que en el investigador, también le condicione algo la propia actividad vital; aunque es más común encontrarnos con la influencia inversa, es decir, es más fácil que un aficionado a la música, la literatura o la informática (al trabajar en periodismo) se haya destacado por especializarse dentro de su campo de interés, que alguien haya llegado a especializarse por culpa del trabajo que le ha tocado realizar.

Ahora se presenta una serie de elementos que son condicionantes para el **periodista investigador**.

Medios de investigación disponibles. Son los medios económicos, técnicos o humanos, que facilitan enormemente una investigación y que condicionan en muchos casos la realización del trabajo periodístico en concreto. Sin dinero suficiente para abordar desplazamientos, dietas, pago de teléfono, o para comprar información, será muy difícil llegar a buen puerto en cualquier investigación.

Los medios técnicos y humanos están, en buena cantidad, sujetos a los económicos. En general, no existe investigación con medios ilimitados.

Medio para el que se trabaje. Cada uno tiene sus peculiaridades ideológicas, estructurales, económicas y formales.

Tiempo disponible. Para realizar una investigación, el tiempo es básico; ciertamente es el gran elemento de fricción entre el periodista y sus jefes. Por lo regular hace falta bastante tiempo para complementar una investigación.

El objetivo que se va a investigar. La dinámica que rodea un tema de investigación concreto suele variar según el fondo de la cuestión, los personajes involucrados, el riesgo que pueda correr, las posibilidades de lograr información, su coste, etcétera. Lo que origina el análisis del objetivo que se investigará es el diseño de una política concreta y específica de trabajo.

La personalidad del periodista. Sus circunstancias personales y familiares son siempre contrapesos notables a la hora de plantearse el inicio de su trabajo. La propia estructura de la personalidad del periodista, su carácter e idiosincrasia, mediatizará sus enfoques estratégicos previos al inicio de un trabajo.

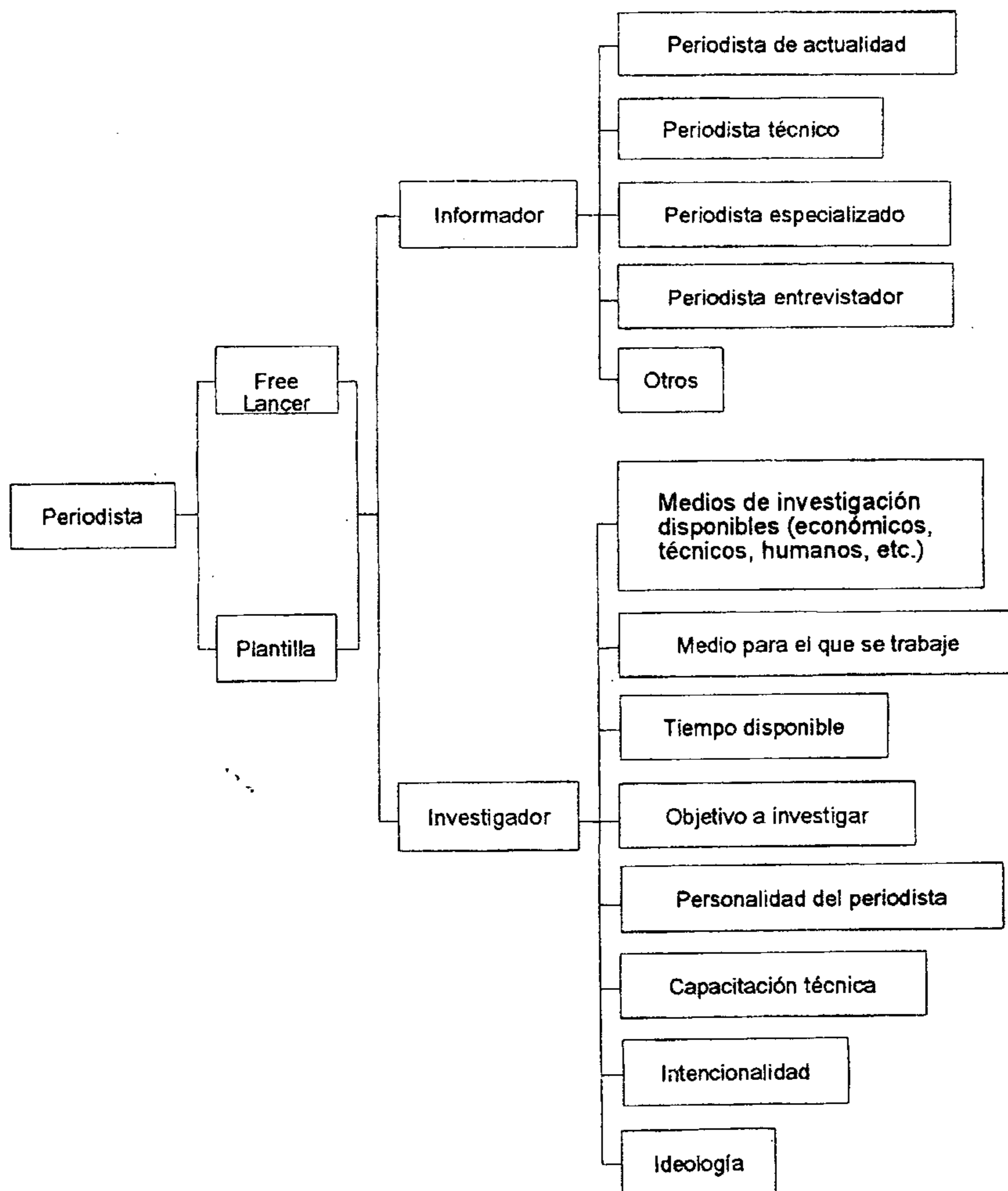
La capacitación técnica. Del conocimiento que se tenga acerca de los campos técnicos que rodean al objetivo que se va a investigar -fondo temático (conocimientos culturales o científicos), elementos que facilitan su aprehensión (conocimientos tecnológicos, idiomáticos u otros)- dependerá la mayor o menor rentabilidad informativa.

La intencionalidad. La intencionalidad es algo que compete únicamente a la libre elección del periodista. Dependerá, de forma notable, su técnica de investigación, su trato con las fuentes informativas, etcétera.

La ideología. Política, social o religioso-ética, en buena lógica, hará sesgar sus análisis e inclinaciones. La ideología profesional, es decir, el trasfondo que el periodista en sí tiene, es otro elemento condicionante del trabajo de investigación.

Esquema de los elementos condicionantes del periodista

Rodríguez (1994 p. 33)



2.4.3 Limitaciones del periodista en Guatemala

Según Garrido (2000 p. 66) algunas limitaciones que el periodista guatemalteco encuentra en su labor son las siguientes:

- *Falta de tiempo para poder profundizar* un dato elocuente, el mencionado con mayor frecuencia, cuya causa principal se encuentra básicamente en la necesidad de tener información "fresca" que interese al público.
- *Inaccesibilidad a las fuentes* o porque no se les encuentra con facilidad, o porque, como ocurre con frecuencia con muchas instituciones, son inaccesibles a la prensa, para evitar tener que dar explicaciones acerca de desaciertos o acciones inadecuadas.
- *Falta de recursos humanos y materiales.* La falta de dinero es un tropiezo importante que debe enfrentar la mayoría de reporteros. Tienen que trabajar con serias limitaciones económicas, lo que hace que la tarea se vuelva ingrata, y en muchos casos se trabaja más por vocación que por las ganancias monetarias. Algunas empresas periodísticas no pueden contar con el número de personal adecuado para cada área, por falta de recursos económicos.
- Espacio reducido en los diarios.

Otras limitaciones muy importantes son, muchas veces, el medio y los jefes. La falta de colaboración y de comprensión son los principales obstáculos del desarrollo del periodismo en el país.

2.4.4 Capacidad de análisis del periodista

Se entiende por capacidad de análisis del reportero, la capacidad de "ver" las profundidades de los hechos que escapan del ojo común. Estos hechos deben ser "juizados a la luz de su conexión con otros hechos o ángulos de información", según Ulibarri, citado por Interiano (1994 p. 135).

Garrido (2000 p. 71) afirma: "efectivamente, ningún hecho de los seres humanos ocurre en el vacío o desconectado de la realidad. Cada uno de los hechos realizados por los hombres es efecto y causa, al mismo tiempo, de muchos factores, los cuales deben conocerse para poder juzgarlos adecuadamente. No hacerlo así es violentar la realidad y tener una concepción no científica de la vida".

Otro elemento que es esencial anotar en este capítulo, y que se describe a continuación, es el medio en el que el periodista desempeña su labor: la empresa periodística.

2.4.5 La empresa periodística

La organización de la empresa periodística suele ser similar en la mayoría de casos, por lo general está dividida por departamentos.

Se tomó como ejemplo la organización del periódico Prensa Libre, cuya empresa periodística está dividida así:

Está encabezado por el Consejo de Administración, el Consejo Ejecutivo, el Gerente General, Director y Gerencia de Administración Financiera y el Subdirector. Además, cuenta con Auditoría Interna y Externa así como con un Asesor Jurídico.

- Departamento de Ventas. Está formado por la Gerencia General de Ventas, la fuerza de ventas, revista Amiga y clasificados por teléfono. Este departamento se encarga en forma directa de las ventas de espacio del periódico.
- Departamento de Circulación. Incluye la Gerencia de Circulación, Subgerencia Administrativa, Subgerencia Operativa, Suscripciones y Distribución. Como su nombre lo dice se encarga de la distribución del periódico por medio de suscripciones y voceadores.

- Departamento de Planificación Financiera. Está constituido por la Gerencia de Finanzas, Presupuesto y Tesorería, Créditos y Cobros, Contabilidad General y Compras. Se encarga de manejar las finanzas del periódico y de la administración de éstas.
- Departamento de Redacción. Está formado por Coordinación General, Asistencia Administrativa, Dirección, información nacional, internacional, sociales y culturales, laboratorio fotográfico y fotografía, suplemento Revista Domingo, deportes, arte, Aula 2000 y guardianes, corrección y levantado de texto, internet y servicios generales. Como se puede observar es el departamento más grande del periódico porque es la base para la realización de éste. Es un departamento fundamental y donde se requiere del trabajo de periodistas profesionales.
- Departamento de Producción. Cuenta con: Gerencia de Producción, fotocomposición, digitalización, materia prima y análisis, rotativas, fotomontaje, controles industriales y bodega de materia prima. Este departamento se encarga de la producción del periódico mediante la fotocomposición y la digitalización. Utiliza las rotativas para reproducir el diario y también se encarga del manejo de la materia prima.
- Departamento de Mantenimiento. Gerencia de Mantenimiento, rotativa, servicios generales y bodega de repuestos. Se encarga del mantenimiento general del periódico, de que todo funcione bien en su reproducción.
- Departamento de Recursos Humanos. Gerencia de Recursos Humanos, jefatura de personal, psicometría, seguridad industrial, servicios médicos, servicios generales, bodega de proveeduría, escuela de capacitación. Es un departamento que se encarga de dar ayuda logística. Provee de personal idóneo, así como del análisis y pruebas de selección de personal y de su posterior capacitación.
- Departamento de Mercadeo. Gerencia de Mercadeo, redacción de revistas y suplementos especiales y arte. Este departamento se encarga del mercadeo del periódico.

- Departamento de Informática. Gerencia Informática, programación, soporte técnico, mantenimiento y operación EDP. Este departamento tiene a su cargo el manejo del equipo computarizado y su mantenimiento.

CAPITULO III

METODOLOGIA

CAPITULO 3 METODOLOGÍA

3.1 Investigación de campo

Se realizó una investigación bibliográfica, documental y directa en los medios escritos. Por medio de ella se obtuvo valiosa información, la cual se analizó y seleccionó para dar forma al marco teórico que se presentó en los capítulos anteriores. Esa información se complementó con los resultados de las entrevistas sostenidas con los empleadores de periodistas en los diarios: Prensa Libre, el Periódico, Al Día, Nuestro Diario, Siglo Veintiuno y el semanario: La Palabra 2000.

El objetivo de estas entrevistas fue: hacer una investigación en los diferentes medios de comunicación escritos para conocer la opinión de los empleadores respecto de las características, cualidades y conocimientos que el periodista debe tener.

Durante marzo y abril de 2001 se entrevistó a las siguientes personas: Juan Luis Font (Director de el Periódico), José Elías Tárano (Subdirector de Nuestro Diario), Héctor Salvatierra (Jefe de Redacción de Siglo Veintiuno, en el momento de la entrevista), periodista Edwin Marroquín (Jefe de Información de Al Día), periodista Miguel González (editor de Prensa Libre) y periodista Erwin Mérida (Jefe de Sección de Culturales, Sociales y Deportes del semanario: La Palabra).

3.2 Método

Para realizar la investigación en los periódicos y entrevistar a los empleadores se utilizó el siguiente método para estructurar las preguntas de la entrevista.

Cerdá Michel (1991 p. 324) propone los siguientes estudios para determinar el perfil profesional:

Inventario de rasgos profesionales que incluye las áreas siguientes: cognoscitiva (funciones, conocimientos y responsabilidades), afectiva (cualidades, características y actitudes) y psicomotriz (equipo básico que debe utilizar).

Análisis del mercado de trabajo actual. Involucra lo que la empresa solicita y lo que ofrece a los empleados.

3.3 Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo-cualitativo.

Descriptivo porque describe los resultados obtenidos de forma narrativa, enumerando los aspectos analizados.

Cualitativo porque se explican los aspectos cognoscitivo, afectivo y psicomotriz que el empleador necesita de un periodista, analizando las respuestas y reacciones de los entrevistados.

3.4 Universo

Los empleadores que trabajan en los periódicos más importantes que existen en la ciudad de Guatemala: Prensa Libre, el Periódico, Nuestro Diario, Siglo Veintiuno, Al Día, Moneda, La Hora, Guatemala Weekly, La Palabra 2000 y Tiempos del Mundo.

3.5 Criterio muestral

De los 10 periódicos que existen se escogió una muestra, ésta consiste en que se seleccionaron los periódicos de mayor circulación de acuerdo con su tiraje y periodicidad, de los cuales 6 son los más importantes: Los diarios Prensa Libre (135,000 ejemplares), el Periódico (30,000 ejemplares), Al Día (80,000 ejemplares), Nuestro Diario (180,000), Siglo Veintiuno (100,000), y el semanario La Palabra 2000 (40,000).

3.6 Ámbito de la investigación

Se entrevistó a los empleadores que trabajan en los periódicos de mayor difusión en la ciudad capital de Guatemala.

3.7 Técnica y procedimiento

Para realizar este estudio se consultaron libros, revistas, folletos y se efectuaron entrevistas.

El procedimiento para recolectar y tabular la información fue el siguiente:

- Se procedió a entrevistar a los encargados de contratar periodistas en los diferentes medios escritos que fueron objeto de estudio.
- Se identificaron las variables.
- Priorización de las respuestas de las variables.

3.8 Instrumentos

Los instrumentos usados para este trabajo fueron la entrevista (cuestionario) y la selección de textos.

Se elaboró un cuestionario con 15 preguntas, el cual fue respondido por los encargados de contratar periodistas. Ver anexos.

PROPIETARIA
PROPUESTA
DEL PERFIL

DEL PERIODISTA

PROFESIONAL
EN LOS MEDIOS
DE COMUNICACION
DE COMUNICACION
ESCRITOS

ESCRITOS

CAPÍTULO 4

PROPUESTA DEL PERFIL DEL PERIODISTA PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS

En este capítulo se describe el perfil del periodista profesional ideal para los medios de comunicación escritos, teniendo como base la opinión de personas que se involucran, en forma directa, en la contratación de periodistas. Se entrevistó a las siguientes personas: Lic. Juan Luis Font, Director de el Periódico; Lic. José Elías Tárano, Subdirector de Nuestro Diario; Lic. Héctor Salvatierra, Jefe de Redacción de Siglo Veintiuno (en el momento de la entrevista); periodista Edwin Marroquín, Jefe de Información de Al Día; periodista Miguel González, editor de Prensa Libre; periodista Erwin Mérida, redactor de las secciones Sociales, Culturales y Deportes del semanario La Palabra 2000.

La propuesta se divide en dos partes: la primera consta del inventario de rasgos profesionales, que incluye las siguientes áreas: cognoscitiva, afectiva y psicomotriz y la segunda tiene en cuenta el mercado de trabajo actual.

En la primera parte que se relaciona con el inventario de rasgos profesionales, la opinión de los entrevistados fue igual, por lo que la descripción no contempla los nombres de cada uno de ellos. En la segunda parte, respecto del mercado de trabajo actual, no fue así, por lo que se incluye la opinión de cada uno de los entrevistados referente a este tema y acerca de los errores que el periodista debe evitar cuando desempeña su labor.

Primera parte

4.1 Inventario de rasgos profesionales

4.1.1 Área cognoscitiva

Esta área incluye las funciones, conocimientos y responsabilidades deseables del periodista profesional.

Funciones

Por función se entiende el "desempeño de un cargo. Cargo, obligaciones impuestas por este cargo. Entrar en funciones". Diccionario Larousse (1996, p. 139).

Las principales funciones que el periodista profesional debe desempeñar son las que siguen:

- Estar atento al acontecer nacional.
- Tener excelente redacción noticiosa.
- Investigar, planificar, reportear, analizar y redactar.
- Tener claro el concepto de qué es noticia, es decir, tener criterio periodístico para identificar qué es noticia y qué no lo es.
- Tener suficiente conocimiento del idioma para comunicar mejor sus ideas al mayor número posible de personas, independientemente de su nivel cultural.
- Es el responsable de socializar el acontecer político, económico, cultural, deportivo, etcétera, tanto en la sociedad como en el mundo.
- Informar con elocuencia y amplitud respecto de los hechos, de manera equilibrada y en su contexto; orientar y crear opinión pública.
- Debe ser imparcial en su trabajo.
- Respetar un código de ética.

- Respetar la intimidad de personas públicas.
- Estar abierto a cambios relacionados con su trabajo.

Conocimientos

Un periodista profesional debe tener cultura general y sólidos conocimientos en diversas áreas que le son útiles.

- **Psicología.** Sirve al periodista para conocer al ser humano y su conducta, ya que éste interactúa como ser social con distintas personas. La psicología le ayuda a este propósito con el fin de que conozca al público para el cual escribe y que es el receptor en el proceso de comunicación.
- **Comunicación.** Le permite transmitir de manera eficaz su mensaje para que exprese en forma adecuada sus ideas y pensamientos. Porque el periodista es comunicador social, esta ciencia le es inherente, sobre todo porque participa de manera directa en el proceso de comunicación, como un filtro mediante el cual se procesa y divulga la información del acontecer nacional e internacional.
- **Investigación social.** La investigación es importante para el periodista porque a ella debe la mayor parte de fuentes de información y ésta es el resultado básico de su trabajo. Le sirve como herramienta para obtener valiosos datos, los cuales comunica a su público. Para emplear la investigación, el periodista se vale de muchas técnicas, por ejemplo, la ingenuidad, entre otras.
- **Estadística.** Para fines de presentación y de contenido, la estadística cumple el objetivo de ayudar a interpretar e incluso, ilustrar por medio de cuadros cuantitativos y porcentuales respecto de muchas temáticas. Es una herramienta de trabajo respetada y con mucho valor.

- **Antropología.** Esta ciencia establece la relación del hombre en la antigüedad, con su evolución y desarrollo por medio del tiempo, así como sus civilizaciones y etnias. Debido a la diversidad de temas que el periodista investiga, la utiliza para informar mejor al público al que se dirige, cuando hace reportajes referentes a descubrimientos, culturas, civilizaciones poco conocidas, etcétera.

- **Redacción.** El periodista emplea la redacción para expresar sus ideas y conocimientos. Le sirve como vehículo de comunicación en el cual desarrolla su máxima manifestación de talento y creatividad. Pero ello implica poner en práctica un lenguaje sencillo y de fácil comprensión. También es una herramienta vital porque debe redactar con excelencia para cumplir con su labor de informar.

- **Relaciones Humanas.** El periodista, como ser social, se vincula con muchas personas y públicos; independientemente de su trabajo debe tener conocimiento acerca de cómo comportarse con otras personas y de comprenderlas.

- **Relaciones Públicas.** Cuando interactúa en los ámbitos de la vida nacional con diversas personalidades, desempeña un papel preponderante, ya que de su labor depende que se gane o no la buena voluntad hacia la empresa donde trabaja; es importante, por lo tanto, el conocimiento de las relaciones públicas.

- **Computación.** El mundo de hoy exige que se esté a la vanguardia de la tecnología porque, quien no cumple con este requisito, corre el riesgo de perder su trabajo. La computación es una ciencia que dinamiza y hace efectiva la labor periodística, ya que la computadora desplazó a la antigua máquina de escribir. Varios servicios, como e-mail e Internet, hacen que el periodismo se extienda debido a que por medio de éstos, la comunicación se amplía y se acortan

distancias. Además, se maneja una diversa gama de informaciones importantes de manera más rápida.

- **Derecho.** Las leyes sirven al periodista para conocer el acontecer en los juzgados e informar respecto de ello adecuadamente al público.
- **Literatura.** La literatura se interrelaciona con el periodismo; algunos escritores se han vuelto periodistas porque este conocimiento permite construir reportajes amplios y muy bien argumentados.
- **Ética.** Estudia valores y principios morales que el periodista debe practicar, por ejemplo: ser objetivo, imparcial, tener credibilidad y exactitud, etc.
- **Historia universal.** Le sirve al periodista para conocer su mundo y el medio en el que se desenvuelve, así como la evolución del ser humano en sus diversas actividades y las etapas de desarrollo, lo cual le ayuda a comprender mejor a la humanidad.
- **Economía.** Es necesario que el periodista conozca hechos económicos vinculados con los procesos de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios, que permiten satisfacer las necesidades humanas y de la vida actual. Las palabras: precios, tipo de cambio, valores, etc., son términos propios de esta ciencia y debido a que la sección es importante en los periódicos, conviene que el periodista la maneje.
- **Idiomas.** En cuanto a idiomas es esencial que hable y escriba el idioma inglés, como parte de su preparación, aunque no es indispensable.

Responsabilidades

El trabajo del periodista profesional es requerido sobre todo en el departamento de Redacción de las empresas periodísticas, las principales responsabilidades que debe cumplir son:

- ⌘ Planificar.
- ⌘ Reportear
- ⌘ Investigar.
- ⌘ Obtener y procesar información y
- ⌘ Redactar.

Además, de acuerdo con la jerarquía que el periodista tiene en el periódico las responsabilidades son:

REPORTERO	JEFE DE INFORMACIÓN	DIRECTOR
<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Recabar y organizar datos y redactar mensajes que se van a transmitir en los medios de comunicación. ⌘ Conocer y manejar con eficiencia los diferentes géneros periodísticos y adecuarlos a los requerimientos específicos de los medios impresos. 	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Conocer las diferentes áreas de trabajo del periódico. ⌘ Conocer y dirigir el departamento de información del periódico. ⌘ Selección de personal de información. ⌘ Planeación, supervisión y evaluación de actividades y logros en el área de información. ⌘ Participación en la definición de tareas de personal e información. 	<ul style="list-style-type: none"> ⌘ Organizar y dirigir el periódico. ⌘ Velar porque el contenido del periódico garantice las políticas editoriales de la empresa.

4.1.2 Área afectiva

Ésta incluye las cualidades y características, así como las actitudes deseables que el periodista profesional debe tener.

Cualidades y características deseables

A continuación se describen las más importantes.

- ✓ **Dotes de observación.** Esta cualidad, en múltiples ocasiones aporta un torrente de información no verbal. Cualquier persona con la que se relacione el periodista (de modo inconsciente) realiza una serie de gestos, errores o actos, o dice palabras aparentemente sin importancia. Si está capacitado para interpretar algunos de esos detalles que se captan al vuelo, seguro que avanzará con mucha más facilidad en cualquier investigación.
- ✓ **Retentiva.** Es una facultad a la cual se puede recurrir sólo si se posee en gran medida. Es muy útil cuando no se tiene una libreta y un lápiz, para tomar notas, o una grabadora. La retentiva se debe usar siempre en el menor tiempo posible y todas las cosas importantes hay que escribirlas lo antes posible para que no se olviden o se distorsione la información.
- ✓ **Memoria visual.** Es una cualidad útil en la investigación, ya que permite retener caras, imágenes, documentos, escenas, etc., que apenas si son observables por unos instantes.
- ✓ **Capacidad de prever y planificar.** Es imprescindible en un proceso de trabajo que requerirá, la mayor parte de veces, manejar cantidades elevadas de datos, de documentos o de contacto con personas. La planificación rentabiliza el esfuerzo y agiliza el trabajo; la previsión ahorra disgustos, tiempo y problemas.

- ✓ **Correr riesgos.** Esta característica es muy importante, pues para captar noticias o reportear es necesario, en muchas ocasiones, que el periodista tenga la capacidad de asumir riesgos y enfrentar situaciones difíciles, incluso de arriesgar su propia vida si así se requiere.
- ✓ **Dignidad.** El periodista tiene derechos y obligaciones; un derecho inalienable (que le es inherente) es el de que se le respete y valore, sobre todo, como ser humano. Se debe respetar su vida y la labor que realiza. Aunque también tiene la obligación de respetar la privacidad de las personas acerca de quienes informa.
- ✓ **Vocación.** Como en toda profesión, el amor a lo que se hace es de importancia vital; el periodista debe trabajar con gusto.
- ✓ **Iniciativa.** Esta cualidad es necesaria, debe tenerla en cualquier proceso de investigación, de lo contrario no cumpliría a cabalidad con su trabajo.
- ✓ **Don de gentes.** El periodista necesita tener buen carácter para entrevistar a las personas que son parte de los sucesos. Si es una persona enojada o con poca capacidad para tratar con otros, corre el riesgo de meterse en problemas personales.
- ✓ **Extrovertido.** Como parte de su trabajo, no debe temer a cumplir con su trabajo. El proceso de investigación requiere de entrevistas con diferentes fuentes de información y esta cualidad le ayuda mucho.
- ✓ **Capaz de hacer propuestas.** Debe ser propositivo, capaz de crear propuestas en su trabajo; su labor le permite ser creativo y audaz. Su conocimiento es tan amplio que puede investigar, redactar y dar a conocer sus opiniones respecto de gran gama de temas.

- ✓ **Criterio periodístico.** Debe tener la capacidad de identificar los hechos o personas, que son objeto de hacerse noticia, es decir, si son noticia de interés popular.
- ✓ **Principios éticos.** Debe tener ética en su trabajo, debe saber reconocer lo correcto y negarse a cometer hechos negativos; como recibir dinero a cambio de omitir o divulgar información.

Actitudes deseables

Las actitudes de todo profesional en su trabajo, máxime en el periodismo, deben ser las siguientes:

- ✓ **Don de mando.** Cuando sea necesario, si se maneja personal, o en forma individual, es importante tener don de mando; pero con medida, sin exageraciones.
- ✓ **Decisión.** En la hora de enfrentarse con diversas situaciones, la toma de decisiones adecuadas, por ejemplo escoger las noticias más importantes y de primer orden, es fundamental.
- ✓ **Inquietud.** El periodista no debe conformarse, sino tener siempre la inquietud de investigar.
- ✓ **Responsabilidad.** La actitud de responsabilidad se necesita en toda carrera, hay que ser puntual y cumplir con el trabajo a tiempo especialmente en periodismo.

- ✓ **Positivismo.** En su trabajo todo profesional debe tener actitud positiva ante la vida y con mayor énfasis en las circunstancias que se le presenten.
- ✓ **Equidad.** Es sinónimo de honradez y lealtad en su desempeño y en su vida personal.
- ✓ **Liderazgo.** Es importante, pero no de considerable necesidad, se puede tener liderazgo en su labor como mejor periodista, pero no tomar partido en las situaciones.
- ✓ **Serenidad.** Significa tranquilidad, impavidez, conviene contar con esta actitud por si se presentan problemas, debe ser parte del equilibrio personal que todo individuo debe poseer.
- ✓ **Sentido crítico.** Capacidad de analizar y de discernir acerca de las noticias, tener opinión respecto de los sucesos, cuando sea necesario.
- ✓ **Futurista.** Pensar en el futuro es vital, hay que prever y planificar lo que se hará más adelante, ser visionario es una actitud importante.
- ✓ **Solidario.** Cuando se trabaja en equipo es fundamental tener esta actitud, el periodista debe ser, solidario con las personas que conforman su grupo de trabajo y principalmente con la empresa donde labora.
- ✓ **Comunicador.** Debe expresar sus ideas de forma adecuada, con el lenguaje apropiado y con la gente correcta.
- ✓ **Imparcialidad.** Ser objetivo, no calificar, ni poner sus propios juicios sobre los temas o personas respecto de quienes informa.

- ✓ **Sentido de justicia.** Ser justo, no ponerse de una ni de otra parte, sino del lado de la razón.

4.1.3 Área psicomotriz

Por lo general, el periodista de los medios escritos debe manejar el siguiente equipo básico:

- **Cámara fotográfica.** Debido a que aparte de informar, por escrito, el periodista debe presentar muestras gráficas de los sucesos de los cuales comunica, la cámara fotográfica es una herramienta indispensable de trabajo que le permite complementar su labor y darle mayor credibilidad a lo que escribe.
- **Grabadora.** Este sencillo aparato es otra herramienta muy útil, ya que si no se cuenta con papel y lápiz, para escribir en relación con lo que se desea comunicar, la grabadora sirve para recopilar lo que los actores del acontecer diario manifiestan con sus propias palabras. No hay margen a equivocaciones, como ocurre algunas veces cuando sólo se toman notas; además, se ahorra tiempo.
- **Equipo audiovisual.** Como buen profesional es necesario que el periodista cuente con capacidad para exponer lo mejor posible sus trabajos y de manera más dinámica.
- **Computación.** Hoy por hoy, no hay medio escrito en el que no se trabaje con un equipo de computación, ya que es una herramienta base por el servicio que presta en el manejo y almacenamiento de información. Es valioso que el periodista aprenda el manejo de un procesador de palabras. Los programas que más se utilizan en computación son:

- **Word y Excel.** Por su fácil manejo y gran ayuda en el momento de realizar la redacción y presentación del trabajo periodístico. También es fundamental que el periodista se mantenga al día con la tecnología y aprenda y maneje el servicio de:
- **Internet.** Es una valiosa y significativa fuente de información y de retroalimentación, además de que logra comunicarse con muchas partes del mundo.

Segunda parte

4.2 Mercado de trabajo actual

En esta parte se describe lo que la empresa solicita y lo que ofrece al periodista. Se anotan las opiniones particulares de cada entrevistado y del periódico al que representa. Por último, los errores que el periodista debe evitar en su trabajo.

4.2.1 Prensa Libre

Periodista Miguel González. Editor.

Respecto de lo que la empresa solicita. Prefiere contratar periodistas graduados de la universidad, tanto pública como privada, ya que un 95% de los que trabajan en este diario son graduados y un 5% no lo son. Si encuentra diferencia entre los graduados y los no graduados, aunque éstas son de forma y no de fondo porque los primeros son metódicos y los segundos son pragmáticos.

Lo que la empresa ofrece. Prensa Libre capacita constantemente a los periodistas, se hace intercambio con una universidad de España y con periódicos de Estados

Unidos, se mandan periodistas de Guatemala y se reciben de esos países. Por otra parte, se clasifican en: investigador, reportero, reportero gráfico y editor.

Resumen. Requiere periodistas graduados y con experiencia, de universidad pública o privada. Ofrece capacitación en el medio y en otros países mediante intercambio. Los periodistas pueden ser: investigadores, reporteros, reporteros gráficos y editores.

4.2.2 el Periódico

Lic. Juan Luis Font. Director.

Lo que la empresa requiere. Prefiere contratar periodistas graduados de la universidad. Sin embargo, sólo el 40% de los que trabajan en este medio son graduados y el 60% restante no lo son. No se encuentra diferencia entre los graduados y los no graduados.

Lo que la empresa ofrece. Se le brinda capacitación a los periodistas, es una inducción para reportear y redactar en forma apropiada. Se les clasifica en: reporteros y editores.

Resumen. Requiere periodistas graduados de universidad privada y no graduados, con experiencia. Ofrece capacitación por medio de inducción para reportear y redactar apropiadamente. Los periodistas pueden ser: reporteros y editores.

4.2.3 Al Día

Periodista Edwin Marroquín. Jefe de Información.

Lo que la empresa requiere. Prefiere contratar periodistas y le es indiferente si son graduados o no, tampoco si son de universidad pública o privada. En Al Día trabajan graduados y no graduados de la universidad. No se encuentra diferencia entre ambos.

Lo que la empresa ofrece. Al periodista se le da inducción cuando comienza a trabajar en la empresa. No clasifica a los periodistas.

Resumen. Requiere periodistas con experiencia y no importa si son graduados o no de la universidad. Ofrece inducción a los periodistas.

4.2.4 Nuestro Diario

Lic. José Elías Tárano. Subdirector.

Lo que la empresa requiere. Contrata periodistas graduados de la universidad, no importa si es pública o privada. 40% de los periodistas que trabajan en este diario son graduados y 60% no lo son. La diferencia entre ambos es que a los graduados la academia les da teoría, pero no práctica.

Lo que la empresa ofrece. Formación permanente a los periodistas de plantilla. Los clasifica de acuerdo con lo que atienden: justicia, bomberos.

Resumen. Contrata periodistas graduados de la universidad, no importa si es pública o privada, y con experiencia. Ofrece formación permanente a los periodistas de plantilla quienes pueden trabajar en diferentes fuentes: justicia, bomberos, etc.

4.2.5 Siglo Veintiuno

Lic. Héctor Salvatierra. Jefe de Redacción (en el momento de la entrevista).

Lo que la empresa requiere. Contrata periodistas graduados y no graduados de la universidad, tanto pública como privada. En este diario el 60% de los periodistas no son graduados de la universidad y un 40% si lo son. No encuentra diferencia entre ambos.

Lo que la empresa ofrece. Se le da inducción general. Hay una escala salarial de acuerdo con jerarquía, responsabilidades, atribuciones, experiencia y desempeño.

Resumen. Requieren periodistas graduados y no graduados con experiencia. Ofrece inducción general y salario de acuerdo con jerarquía, responsabilidades, atribuciones y desempeño.

4.2.6 La Palabra 2000

Periodista Erwin Mérida. Culturales, Sociales y Deportes.

Lo que la empresa requiere. Contrata periodistas graduados de la universidad pública, el 100% de los que trabaja en este semanario estudiaron en ella. Sí encuentra diferencia entre graduados y no graduados, específicamente en el ejercicio de la profesión y en el manejo de la información.

Lo que la empresa ofrece. Se les da capacitación en principios cristianos.

Resumen: Requiere periodistas graduados de la universidad pública y con experiencia. Ofrecen capacitación en principios cristianos.

4.3 Errores que el periodista debe evitar

Prensa Libre. Periodista Miguel González.

- Errores de lenguaje y de
- Interpretación.

El Periódico. Lic. Juan Luis Font.

- Entregar información incorrecta, con datos inexactos y dentro de contexto inapropiado.

Al Día. Periodista Edwin Marroquín.

- Todos los días se cometen errores. Eso sólo se aprende en la práctica, no se puede especificar.

Nuestro Diario. Lic. José Elías Tárano.

- Tomar partido.
- Autosuficiencia.
- La rutina (cajonero).

Siglo Veintiuno. Lic. Héctor Salvatierra.

- Publicar notas sin haberlas comprobado, sin fuentes, que dañen la honorabilidad sin que haya prueba.
- Inexactitud.
- Mala ortografía.
- Mala redacción.

La Palabra 2000. Periodista Erwin Mérida.

- Imprecisión de datos.
- Subjetividad.
- Errores de construcción gramatical.

CONCLUSIONES

Respecto al perfil del periodista profesional en los medios de comunicación escritos, se llegó a las conclusiones siguientes:

1. Las principales funciones que el periodista profesional debe desempeñar son: Estar atento al acontecer nacional. Tener excelente redacción noticiosa; investigar, planificar, reportear, analizar y redactar. Tener claro qué es noticia, es decir, tener criterio periodístico. El periodista es el responsable de socializar el acontecer político, económico, cultural, deportivo, etcétera, tanto en la sociedad como en el mundo.
2. Debe tener sólidos conocimientos de: psicología, comunicación, investigación social, estadística, antropología, redacción, relaciones humanas, relaciones públicas, computación, derecho, literatura, ética, historia universal y economía. En otras palabras amplia cultura general.
3. Entre de sus responsabilidades, el periodista debe conocer y manejar con eficiencia los diferentes géneros periodísticos y adecuarlos a los requerimientos específicos del medio impreso donde trabaje.
4. Las cualidades y características que debe tener son: dotes de observación, retentiva, memoria visual, capacidad de prever y planificar, correr riesgos, dignidad, vocación, iniciativa, don de gentes, ser extrovertido, capaz de hacer propuestas, criterio periodístico y principios éticos.
5. El equipo básico que debe manejar: cámara fotográfica, grabadora, equipo audiovisual, computadora (programas Word y Excel) e internet.

6. En cuanto al mercado de trabajo actual, se puede resumir que los empleadores de los medios escritos estudiados prefieren contratar graduados de la universidad ya que es difícil enseñar el trabajo.
7. Las empresas periodísticas estudiadas ofrecen capacitación constante, la cual denominan inducción. Los periodistas pueden ser investigadores, reporteros, reporteros gráficos y editores. La escala salarial es de acuerdo con jerarquía, atribuciones, responsabilidades, experiencia y desempeño.

RECOMENDACIONES

➤ **Periodistas**

1. Es necesario que el periodista se prepare en diversas áreas del conocimiento como: psicología, comunicación, investigación social, estadística, antropología, redacción, relaciones humanas, relaciones públicas, computación, derecho, literatura, ética, historia universal y economía.
2. Es importante que sepa el manejo de un procesador de palabras, y de los programas Word y Excel, para que esté al día con la tecnología.
3. Es relevante que maneje internet para que se comuniquen con el mundo y estén mejor informados.
4. Debe mantener en su trabajo un código de ética que le permita ser objetivo e imparcial, así como respetar la vida privada de las personas públicas acerca de quienes informa.

➤ **Escuela de Ciencias de la Comunicación**

1. Que la Escuela de Ciencias de la Comunicación readeque el pensum de estudios con otras ciencias que actualmente no se encuentran en el mismo para que el estudiante de periodismo tenga una cultura general mucho más amplia.
2. Es fundamental que la Escuela de Ciencias de la Comunicación motive a los estudiantes para que a título personal estudien un curso de computación de Windows (específicamente en los programas Word y Excel, ya que éstos son los que más se utilizan últimamente en los periódicos) o en el manejo de un

procesador de palabras e internet, ya que es necesario que haya por parte del estudiante autoformación.

3. También que se le capacite en el uso de la cámara fotográfica, grabadora, equipo audiovisual.
4. Que le brinde un programa amplio de práctica en los medios escritos de comunicación para que esté bien capacitado.

➤ **Empleadores**

1. La propuesta que aquí se presenta del perfil del periodista profesional debe ser considerada para la contratación de los periodistas, con la finalidad de que la actividad periodística sea mucho más efectiva y profesional.

BIBLIOGRAFÍA

➤ Investigación

1. Mérida González, Aracelly Krisanda. 1997. Guía para elaborar y presentar proyecto de tesis. Guatemala: Ciencias de la Comunicación.
2. Mérida González, Aracelly Krisanda. 1997. Apuntes para la redacción de referencias bibliográficas y citas de texto. Guatemala: Ciencias de la Comunicación.
3. Scott, B. 1998. Introducción a la investigación y evaluación educativa. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Instituto de Investigación y Mejoramiento Educativo.

➤ Libros

1. Aguilera, Octavio. 1992. La literatura en el periodismo. España: Paraninfo.
2. Benito, Angel. 1991. Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. España: Ediciones Paulinas.
3. Cerdá Michel, Alma Dea. 1991. El perfil profesional en la elaboración del currículum. México: ENEP Zaragoza-UNAM.
4. Del Río Reynaga, Julio. 1991. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. México: Diana.
5. Diccionario Larousse. 1996. Guatemala: Ediciones Artemis Edinter.

6. Gamboa, Ingrid. 1993. Una conversación acerca de currículo. Guatemala: Colección Programa Edusac.
7. Gomis, Lorenzo. 1991. Teoría del periodismo. España: Ediciones Paidós Ibérica.
8. Guedez, Víctor. 1992. Lineamientos teóricos para la definición de perfiles profesionales. Costa Rica: Vicerrectoría de Docencia. Centro de Evaluación Académica.
9. Gurdíán, Alicia. 1979. Modelo metodológico de diseño curricular. Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica.
10. Hester, Albert. 1990. Manual para periodistas del tercer mundo. México: Trillas.
11. Interiano, Carlos. 1994. El ABC del periodismo. Guatemala: ADCS.
12. Martínez Albertos, José Luis. 1978. La noticia y los comunicadores públicos. España: Pirámide.
13. Martínez Albertos, José Luis. 1993. Curso General de redacción periodística. España: Paraninfo.
14. Nuñez Ladézeve, Luis. 1991. Manual para periodismo. España: Ariel.
15. Real Academia Española. 1970. Diccionario de la lengua española. España: Editorial Espasa-Calpe.

16. Rivadeneira Prada, Raúl. 1983. Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. México: Trillas.
17. Rodríguez, Pepe. 1994. Periodismo de investigación: Técnicas y Estrategias. España: Paidós.

➤ **Tesis**

1. Aguilar Solís, Yamileth De Los Angeles. 1998. La diagramación computarizada en dos medios impresos de Guatemala. Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Fresse Turcios, Ana Elizabeth. 1999. Hacia un periodismo de actualidad. Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
3. Garrido Yanes, Orlanda Maricela. 2000. Análisis comparativo de la utilización del género reportaje en los diarios Al Día y el Periódico. Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
4. Guzmán Ixtupe, Soraida Lorena. 1999. El perfil del publicista profesional que egresa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus posibilidades de desempeño en una agencia de publicidad en Guatemala. Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

5. Martínez, Edelmira Leticia. 1998. Evaluación de la validez externa del currículum de los egresados de la Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
6. Pellecer Barraza, Lucy Marlene. 1998. Propuesta del perfil profesional del comunicador organizacional externo para el sector público. Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
7. Salvatierra, Héctor Arnoldo. 1996. Importancia de la interacción de los departamentos en la empresa periodística. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

➤ **Entrevistas a empleadores**

1. Lic. Juan Luis Font. Director de el Periódico.
2. Lic. José Elías Tárano. Subdirector de Nuestro Diario.
3. Lic. Héctor Salvatierra. Jefe de Redacción de Siglo Veintiuno (en el momento de la entrevista).
4. Periodista Miguel González. Editor de Prensa Libre.
5. Periodista Edwin Marroquín. Jefe de información de Al Día.
6. Periodista Erwin Mérida. Encargado de Sección de Culturales, Sociales y Deportes del semanario La Palabra.

➤ **Entrevistas a periodistas**

1. Periodista Gustavo Berganza. (Sociólogo) Columnista de el Periódico.
2. M. Sc. Ana Carolina Alpírez. Jefe de Redacción de el Periódico.
3. Licda. Carmen Aída Ibarra. Consultora Fundación Myrna Mack.
4. Periodista Carlos Morales Monzón. Jefe de Sección Económica de el Periódico.

ANEXOS

**CUESTIONARIO A EMPLEADORES
DE PERIODISTAS**

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL PERIODICO

NOMBRE DEL EMPLEADOR

PROFESION

CARGO QUE DESEMPEÑA

**DATOS GENERALES
DEL PERIODICO**

NOMBRE DEL PERIODICO

DIRECCION DE REDACCION Y ADMINISTRACION

SLOGAN O FRASE QUE LO ACOMPAÑA

FECHA DEL PRIMER NUMERO

TIRAJE

NUMERO DE PAGINAS

COLOR

DIFUSION (ZONA DE DIFUSION)

DIAGRAMACION (NUMERO DE COLUMNAS)

FORMATO

PERIODICIDAD

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**CUESTIONARIO A EMPLEADORES DE
PERIODISTAS**

OBJETIVO: Investigar la opinión de los empleadores respecto a las características, cualidades y conocimientos que debe tener el periodista profesional.

INSTRUCCIONES: El cuestionario consta de 15 preguntas, algunas de las cuales son de respuesta múltiple y cerrada que deberán responderse marcando una X en el espacio correspondiente. En las preguntas de respuesta abierta deberá responderse de manera clara y concisa.

PREGUNTAS

1. Cuáles cree que son las funciones principales que el periodista profesional debe desempeñar?

2. Qué cualidades y características debe tener el periodista profesional?

- | | | | |
|--------------------------------------|-------|---------------|-------|
| Dotes de observación | _____ | Don de gentes | _____ |
| Retentiva | _____ | Extrovertido | _____ |
| Memoria visual | _____ | | |
| Capacidad de preveer
y planificar | _____ | | |
| Improvisador | _____ | | |
| Arriesgado | _____ | | |
| Iniciativa | _____ | | |
| Alguna otra, especifique: | _____ | | |

3. Qué actitudes debe tener el periodista profesional?

Don de mando	___	Equidad	___
Decisión	___	Liderazgo	___
Inquietud	___	Serenidad	___
Responsabilidad	___	Sentido Crítico	___
Positivismo	___	Futurista	___
Alguna otra, especifique: _____			

4. Qué áreas de conocimiento especializado debe tener?

Psicología	___	Relaciones Humanas	___
Comunicación	___	Relaciones Públicas	___
Investigación Social	___	Computación	___
Estadística	___	Derecho	___
Antropología	___	Literatura	___
Redacción	___	Etica	___
Alguna otra, especifique: _____			

5. Acerca de idiomas o lenguas Mayas, es necesario que hable algunos?

Si ___ No ___

Cuál?. Especifique: _____

6. Qué equipo básico debe manejar?

Cámara fotográfica ___
Grabadora ___
Equipo Audiovisual ___
Algún otro, especifique: _____

Computación ___
Qué programas? Word ___ Excel ___ Power Point ___
Photo Editor ___ Publisher ___ Photoshop ___
Corel Draw ___ Page Maker ___

Algún otro, especifique: _____

7. En qué departamentos del periódico es necesario el trabajo del periodista profesional?

Redacción _____ Ventas _____

Mercadeo _____ Producción _____

Circulación _____ Suscripciones _____

Algún otro, especifique: _____

8. Cuáles son las responsabilidades del periodista, de acuerdo a cada departamento?

1. Departamento: _____ Responsabilidades: _____

2. Departamento: _____ Responsabilidades: _____

3. Departamento: _____ Responsabilidades: _____

4. Departamento: _____ Responsabilidades: _____

9. Prefiere contratar periodistas ...?

Graduados de la Universidad _____ No Graduados _____

10. Si contestó Graduados, de qué universidad?

Privada _____ Pública _____

11. Cuántos periodistas trabajan en esta empresa?

Graduados _____ No Graduados _____

12. Encuentra diferencia entre periodistas graduados y no graduados?

Si _____ No _____

Si contestó positivamente, cuál es la diferencia? _____

13. Existe algún tipo de capacitación que se le dé a los periodistas cuando comienzan a trabajar en esta empresa?

Si No

Cuál? _____

14. Existe algún tipo de clasificación de los periodistas de acuerdo a la labor que realizan?

Si No

Cuál? _____

15. Cuáles cree que son los errores que el periodista debe evitar? _____

GRACIAS POR SU COLABORACION