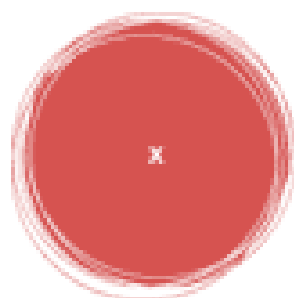


Estudio sobre a situación dos e das xornalistas en Galicia



**COLEXIO
PROFESIONAL
DE XORNALISTAS
DE GALICIA**

PRESENTACIÓN DO ESTUDO.....	5
ESCOLMA DAS OPINIÓNS RECOLLIDAS A TRAVÉS DA REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDADE (DISPOSITIVO I).....	13
DESCRICIÓN DOS DATOS RECOLLIDOS A TRAVÉS DA ENQUISA A PROFESIONAIS (DISPOSITIVO II)	55
ANÁLISE OCUPACIONAL (DISPOSITIVO III).....	201
SÍNTESE DE CONCLUSIÓNS.....	229

Presentación do estudo

1 Índice

1 ÍNDICE.....	7
2 INTRODUCCIÓN.....	8
3 FUNDAMENTACIÓN METODOLÓXICA.....	9
DISPOSITIVO I. ANÁLISE CUALITATIVA.....	9
DISPOSITIVO II. ENQUISA A XORNALISTAS.....	10
DISPOSITIVO III. ANÁLISE OCUPACIONAL A PARTIR DE DE DATOS ESTATÍSTICOS.....	11

2 Introducción

O Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, coa colaboración do Sindicato de Xornalistas de Galicia e a Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela, así como co apoio da Xunta de Galicia, abordou a realización dun estudo sobre a situación dos e das profesionais do xornalismo en Galicia. Este traballo desenvolveuse entre os meses de setembro de 2008 e marzo de 2009. Dábase continuidade, deste xeito, a unha liña de investigación iniciada hai algúns anos¹.

A través do presente estudo preténdese dar conta de aspectos tales como o nivel de inserción laboral dos recién titulados, os campos de traballo máis relevantes ou emerxentes no xornalismo galego, a evolución e factores que inciden actualmente no exercicio desta profesión e a situación sociolaboral dos e das profesionais.

A análise de datos estatísticos constitúe o eixo central deste estudo. Para o que foi preciso acudir a distintas fontes publicadas (datos secundarios), así como proceder á implementación dunha enquisa dirixida a unha mostra de xornalistas inscritos no Colexio e no Sindicato (datos primarios).

Esta perspectiva foi complementada a través da realización de entrevistas en profundidade a representantes de diferentes entidades do sector e a conformación dun Panel de Expertos. A través destes dous dispositivos, de natureza cualitativa, elaborouse un marco valorativo no que contextualizar as magnitudes analizadas.

¹ “Situación sociolaboral dos xornalistas galegos”, editado polo Colexio Profesional de Xornalistas no ano 2002.

3 Fundamentación metodolóxica

Conforme ao exposto, a realización do presente estudio asentouse na combinación de 3 dispositivos de investigación.

Dispositivo I. Análise cualitativa.

Realización de entrevistas en profundidade a un total de 13 persoas que, en función da súa experiencia vital e/ou profesional, foron consideradas “informantes clave” para o estudo.

A través das mesmas foi posible o acceso a un conxunto de visións que, desde diferentes perfís e situacións, permitiron conformar unha perspectiva contextualizadora da realidade dos e das xornalistas en Galicia.

A aplicación deste dispositivo xustifícase, por tanto, pola conveniencia de aportar un referente valorativo que, desde unha representatividade estrutural, axude a contextualizar os datos descritivos, de natureza cuantitativa, que acheguen os dispositivos II e III.

Con este obxecto, as entrevistas tiveron un carácter estruturado, mediante guieiro común para todos os casos; introducindo criterios de flexibilidade que restrinxiran ao mínimo a necesaria liberdade na construción dos discursos recollidos.

Cara á identificación específica das persoas entrevistadas considerouse, en esencia, a relevancia e representatividade do medio ou entidade no que desenvolvían as súas funcións. Procurándose o acceso ás persoas que ostentaban a súa dirección.

Dispositivo II. Enquisa a xornalistas.

A enquisa foi dirixida a unha mostra estatisticamente representativa do total de profesionais integrados no Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e no Sindicato de Xornalistas de Galicia.

Entendíase que na medida en que estaban directamente implicadas na realización do estudo, estas entidades facilitaban unha vía directa de acceso ás diferentes casuísticas presentes na realidade deste sector no ámbito galego. Buscando a máxima representatividade dos datos recollidos, a análise da información recollida fíxose de xeito agregado.

A enquisa a xornalistas pretende ofrecer unha descrición de distintas variables que dan conta da súa realidade profesional.

Con este obxecto, o cuestionario de enquisa estruturouse, fundamentalmente, a partir de preguntas pechadas e centradas nun conxunto de variables cuantitativas de natureza descritiva.

As persoas que responderon ao mesmo tiveron noticia do estudo a través dunha nota informativa que foi remitida desde o Colexio e o Sindicato ao conxunto de xornalistas que conforman a súa base societaria. O cuestionario foi aloxado nun enderezo web que permitiu tanto a súa cumprimentación polas persoas que responderon ao mesmo, como o seu almacenamento e devolución directa ao equipo técnico. Este equipo realizou tamén, e de xeito complementario, chamadas de reforzo buscando facilitar a participación no estudo.

Os datos recabados foron depurados e tratados agregadamente. Neste informe serán presentados a través de diferentes dimensións de análise; que identifican aspectos relacionados co desempeño laboral dos e das xornalistas, así como co contexto organizativo no que este se enmarca.

Dispositivo III. Análise ocupacional a partir de de datos estatísticos.

Este dispositivo centrouse na análise das bases de demandantes de emprego e contratos rexistrados polo Servizo Público de Emprego Galego, sendo facilitados polo Instituto Galego das Cualificacións, Subdirección dependente da Consellería de Traballo da Xunta de Galicia.

A través desta análise achégase unha descrición dos niveis de paro rexistrado e de contratación para as ocupacións que se poden vincular á figura de xornalista, formulando unha radiografía das variables que poden condicionar o seu mercado laboral, así como da evolución do mesmo nos últimos anos.

Esta dispositivo complementa, neste sentido, ás perspectivas establecidas a través do discurso dos informantes clave (Dispositivo I) e dos datos e valoracións recollidos a través da enquisa a xornalistas (Dispositivo II).

**Escolma das opinións
recollidas a través da
realización de entrevistas
en profundidade
(Dispositivo I)**

1 Índice

1 ÍNDICE.....	15
2 INTRODUCCIÓN.....	16
3 APROXIMACIÓN AO CONTEXTO PROFESIONAL DO XORNALISMO EN GALICIA.....	18
4 APROXIMACIÓN Á REALIDADE PROFESIONAL DOS E DAS XORNALISTAS EN GALICIA.....	27
4.1. APROXIMACIÓN AOS IMAXINARIOS DA PROFESIÓN.....	27
4.2. APROXIMACIÓN Á EVOLUCIÓN DO EXERCICIO PROFESIONAL DO XORNALISMO.....	29
4.3. IDENTIFICACIÓN DOS PERFÍS PROFESIONAIS MÁIS DEMANDADOS.....	34
4.4. VALORACIÓN DAS NOVAS XERACIÓNS DE PROFESIONAIS E AS SÚAS EXPECTATIVAS.....	45
4.5. VALORACIÓN DAS PROBLEMÁTICAS CUNHA INCIDENCIA MÁIS RELEVANTE DO EXERCICIO PROFESIONAL.....	47

2 Introducción

Este apartado realiza unha descrición das diversas perspectivas recollidas a través da realización de entrevistas en profundidade. En concreto, as persoas entrevistadas foron:

- Jesús Iglesias Díaz. Director da “Televisión de Galicia”.
- José Manuel Rey Novoa. Director do “Correo Gallego”.
- Jesús Portela. Subdirector do “Faro de Vigo”.
- Xosé Luís Vilela Conde. Director da “Voz de Galicia”.
- Arturo Larena Larena. Director da “Axencia EFE- Galicia”
- Javier Otero. Director de “Localia- Galicia”.
- Manuel González Menéndez. Presidente da “Asociación de Prensa de A Coruña”.
- Victor Fernández Freixanes. Coordinador da “Sección da Comunicación do Consello da Cultura Galega”.
- José Miguel Tuñez López. Decano da “Facultade de Ciencias da Comunicación” da Universidade de Santiago de Compostela”.
- Xesús Manuel Pereiro Sánchez. Decano do “Colexio Profesional dos Xornalistas de Galicia”.
- José Luís Gómez. Director de “Xornal.com”.
- Henrique San Fiz Raposo. Director de “Radiofusión”.
- Jesús Echeverría Hernández. Director Xeral de Comunicación e Relacións Institucionais de “Inditex”.

Nas páxinas que seguen realizarase unha presentación das distintas opinións recollidas, ordenadas conforme á unha estrutura sintética que integra dous grandes epígrafes temáticos:

Descrición dos factores destacados polas persoas entrevistadas para describir a realidade do sector da comunicación en Galicia. Esta reflexión abórdase na medida en que se refire ao contexto no que os e as profesionais do xornalismo desenvolven o seu traballo.

Descrición dos elementos que conforman o mercado e a situación laboral destes e estas profesionais, segundo as valoracións recollidas. Este epígrafe desenvólvese a través dos seguintes puntos temáticos.

- Aproximación aos imaxinarios da profesión.
- Aproximación á evolución do exercicio profesional do xornalismo.
- Identificación dos perfís profesionais máis demandados.
- Valoración das novas xeracións de profesionais e as súas expectativas.
- Valoración das problemáticas cunha incidencia máis relevante no exercicio profesional.

3 Aproximación ao contexto profesional do xornalismo en Galicia.

- ▶ En xeral, as persoas entrevistadas destacan que o contexto da comunicación en Galicia amosa unha serie de rasgos específicos.

"O sistema de comunicación en Galicia é moi singular (...) temos 13 cabeceiras de pago de información xeral, despois (...) gratuítos (...) deportivos (...) as que se editan en Galicia e máis as que veñen de lonxe (...) emisoras de radio funcionando por todas partes -con e sen licencia- (...) 80 e pico emisoras de TV (...) o mercado algo debe estar subvertido (...) se funcionase só coas regras de mercado (...) adelgazaría bastante (...) ven funcionando así desde hai tempo (...) non parece que se vaian tomar medidas para que funcione só (desde a perspectiva do mercado)".

- ▶ A partir desta valoración xeral, é posible detallar unha serie de liñas valorativas que atenden a un maior desenvolvemento desta idea.
 - O ámbito Público como axente determinante na evolución específica do contexto empresarial da comunicación en Galicia.
 - Preponderancia da prensa escrita na estrutura empresarial.
 - Desenvolvemento limitado doutros ámbitos do sector da comunicación en Galicia.
 - Tendencia ao mantemento da estruturación actual da comunicación en Galicia.

- ◆ Estas liñas valorativas son desglosadas nas páxinas que seguen.

O ÁMBITO PÚBLICO COMO AXENTE DETERMINANTE NA EVOLUCIÓN ESPECÍFICA DO CONTEXTO EMPRESARIAL DA COMUNICACIÓN EN GALICIA:

- ◆ Algunhas persoas inciden no feito de que os rasgos que caracterizan especificamente ao sector da comunicación en Galicia son, en gran parte, consecuencia do peso preponderante que adquiriu o ámbito Público no mesmo, a partir da última década do século pasado:

“A raíz da crise (...) de 1993 (...) agudizada pola aparición da televisión privada (...) tanto en Galicia como no resto de España recórtase moito a publicidade na prensa escrita (...) prodúcese o cambio de propiedade das empresas de comunicación, a aparición dos grandes grupos (...) en Galicia non ocorre nada disto; quedan grupos de comunicación familiares (a Administración Autonómica) decide evitar a crise, e intervir 'dando cartos' (...) Os medios de comunicación galegos seguen coa mesma propiedade, a cambio de que todo sexa dunha mesma cor”.

- ◆ Nesta mesma liña, algunhas persoas destacan tamén a relevancia que foron adquirindo, neste tempo en Galicia, os medios Públicos de comunicación como referente laboral para o xornalismo; nomeadamente a partir da creación da radio e televisión galegas.

“Acontece que de cada tres ou cinco postos de traballo creados (no ámbito da comunicación en Galicia) un era na Administración. No audiovisual, é ese o concepto que hai, na TV Pública, ese é o teito”.

PREPONDERANCIA DA PRENSA ESCRITA NA ESTRUCTURA EMPRESARIAL:

- ◆ Ao falar dos rasgos diferenciais que presenta o ámbito galego incídese, tamén, no elevado número de cabeceiras. Un número que, en comparación co conxunto do Estado, semella non ser proporcional á dimensión demográfica galega e, en consecuencia, non estar axustado aos parámetros deste mercado potencial:

"Temos un contexto no que hai unha sociedade de 2.700.000 persoas, aproximadamente, cun índice de lectura que ven dado polo elevado número de cabeceiras, pero cun consumo real en termos discutible, porque aquí a prensa lese nos bares. E cun mercado económico, que é o segundo (...) da prensa, moi escaso, que é o mercado publicitario".

- ◆ Está situación leva a moitos entrevistados a considerar que o número de cabeceiras é expresión dunha realidade de dependencia cara ao ámbito Público, máis ou menos relevante segundo cada caso, e non resposta ás capacidades "reais" do mercado galego.

"Se temos moitos medios, escasos ingresos publicitarios e baixos niveis de penetración (...) vendas e audiencias... Así é que non somos un punto central das campañas estatais. (Os medios son) empresa privada que atende centralmente ao beneficio a curto prazo. (Isto, en Galicia, dá como resultado) dependencia dos ingresos da Administración (...) axudas de diverso tipo, insercións, publicidade, compra de exemplares..."

- ◆ E, nalgún caso, a valorar que a penetración dos grandes grupos nacionais nas cabeceiras de Galicia sexa considerada como contida:

"Que eu lembre, a alianza estratéxica de 'El Mundo' co grupo 'El Correo', para distribuír conxuntamente as súas cabeceiras, 'El País', coa apertura dunha delegación, que non se pode comparar co número de páxinas dos xornais locais, e 'ABC', que ten unha minidelegación (...) polo que creo que non se pode falar dunha gran presenza dos medios estatais (...) é un territorio galego".

- ◆ A partir de esta reflexión, é frecuente destacar que o marco empresarial da comunicación en Galicia ten unha capacidade limitada para capitalizar e desenvolver o conxunto de potencialidades e demandas que lle formula o mercado actualmente, aínda que se recoñece que hai excepcións claras.

"A autonomía das empresas informativas, e falo agora de información, non de comunicación, consiste na súa autonomía económica (...) Aquí a autonomía económica é moi escasa, dependemos do poder político, dos poderes fácticos (...) catro intereses que gobernan ao país (...) a estrutura empresarial é moi feble. E iso págano os profesionais, e tamén os lectores, indirectamente, porque o produto é regular, con excepcións".

- ◆ Esta cuestión tería, entre outras consecuencias, unha menor xeración de postos de traballo e unha menor atención ás condicións laborais nas que desenvolven o seu traballo os e as profesionais.

"En detrimento dos cadros de persoal e as súas condicións (...) as prioridades non eran os cadros senón os equipamentos (...) así que estancamento nas condicións laborais. Isto axuda a explicar a situación actual; problemas equiparables aos do resto do Estado (que aquí) se enfatizaron algo máis".

DESENVOLVEMENTO LIMITADO DOUTROS ÁMBITOS DO SECTOR DA COMUNICACIÓN EN GALICIA:

- ◆ No que toca a outros formatos, e a súa potencialidade para o desenvolvemento profesional dos e das xornalistas en Galicia, son moitas as voces que salientan que o feito de que se soteña un mapa de cabeceiras sobredimensionado e cunha capacidade limitada para capitalizar investimentos de futuro, está a lastrar o aproveitamento das súas potencialidades. Tanto no relativo á radio e á televisión, que afronta o reto inmediato da Televisión Dixital Local, como no que toca a outros ámbitos emerxentes:

"O mundo da radio está copado por tres emisoras, a SER, por unha banda, a Radio Galega (...) e, despois, por unha serie de emisoras de supervivencia e unhas pequenas emisoras locais, que van empregando rapaces e rapaces nunhas condicións discutibles. Nas TV acontece algo parecido. O mundo audiovisual, produtoras de cine, etc., vive moi apegado non tanto á proxección e apertura ao mercado exterior, onde habería que traballar (...) senón a un xeito de especular coas ofertas económicas (...) porque o negocio consiste, tanto en Galicia como fora dela, en gañar os cartos antes de producir a película".

"Cando se crea a TVG os medios escritos, as familias dos xornais galegos (reclaman a súa participación no desenvolvemento deste medio), que as corresponsalías territoriais sexan os xornais (...) todos (os) xornais reciben series tamén (...) Máis os cartos que reciben os medios da Xunta son insuficientes para o elevado número de cabeceiras que existen, polo que aumentan a súa participación nas series de TV (...) isto determina a situación do sector audiovisual. Eses cartos que reciben os xornais polas series de TV non se invisten para fortalecer o audiovisual, (que é) un departamento máis dos grupos xornalísticos para automanterse, por non estar axustados ao mercado".

- ◆ Algunhas voces abordan esta liña de argumentación incidindo nos efectos que ten sobre a evolución do mercado laboral para os e as profesionais do xornalismo. Valoran, neste sentido, que mentres a radio e a televisión amosan unha tendencia de contención ou contracción na contratación, os formatos máis emerxentes non teñen asentado, ate o de agora, unha alternativa laboral.

"O desenvolvemento dos novos formatos e dos novos medios non leva aparelado un crecemento dos postos de traballo; sobre todo no que se refire á calidade (do posto). O feito de que un medio teña a súa páxina web supón a creación dun ou dous postos de traballo, para becarios, en xeral. Pode haber un incremento de persoal en número, pero non tanto como o volume de negocio (...) a implantación das novas tecnoloxías reduciu a plantilla de técnicos, aumentou algo a dos xornalistas, que asumen moitas funcións dos primeiros".

"Non houbo un boom de postos de traballo, como o que se produciu a finais dos 80, coa concesión das licencias das emisoras de radio. Existen poucos profesionais en temas auxiliares, cámaras, guionistas, redactores. As novas concesións, en principio, terían que servir para aumentar o nivel de postos de traballo; e non está sendo así".

TENDENCIA AO MANTEMENTO DA ESTRUTURACIÓN ACTUAL DA COMUNICACIÓN EN GALICIA:

- ◆ A realidade actual do sector da comunicación en Galicia, e a súa evolución, virán condicionados, segundo a maior parte das opinións recollidas, polo que algún entrevistado dá en cualificar como "situación paradoxal".
- ◆ Así, o primeiro paradoxo viría dado polo feito de que o sector da comunicación enfrenta un momento de gran dinamismo ante a aparición de novos formatos, novos ámbitos, novas demandas, etc., que se concretan, tamén, nunha crise gradual dos soportes máis "tradicionais", nomeadamente para os xornais:

"O sector da comunicación ten moito futuro e está nun momento brillante, pero (...) os periódicos tradicionais (que prefiro chamar prensa de calidade) están nun momento de crise, por moitas razóns, pero principalmente porque a súa materia prima, que foi a noticia, contar primeiro as cousas, xa non está ao seu alcance (...) os xornais teñen que evolucionar, a audiencia tamén está a facer outras eleccións...deixando de lado aos medios tradicionais, índose a outros medios...nótase moitísimo nas novas xeracións".

“A supervivencia da prensa (...) está sendo posta en dúbida porque é a única de pago, e a única á que lle custa caro saír todos os días”.

- ◆ Non obstante, e de aquí o segundo paradoxo, conséntase que os novos medios e soportes non están, polo de agora, conseguindo asentarse definitivamente como apostas viables no plano empresarial e económico. Unha cuestión que está a lastrar, como é obvio, o seu maior ou mellor desenvolvemento empresarial.

“Este debate non é novo(...) sobre se o papel vai pervivir (...) debate non resolto (...) Está claro que imos a un modelo moito máis dixital, o aumento dos usuarios dos medios on-line está sendo enorme, e a maior parte dos medios está apostando por este camiño. Hai un problema, nos medios dixitais é difícil conseguir ingresos, en internet os consumidores están acostumados a non pagar. Se ben os índices de ingreso por publicidade vía on-line están aumentando, non son os que deberan ser...”.

“O problema de fondo (...) as empresas de comunicación teñen que ser viables (o ámbito web é) unha actividade apasionante, relevante (...) á que non se lle acaba de ver cal é o seu modelo de negocio (...) Internet é un cambio de paradigma total no ámbito da comunicación (pero) estamos nun momento de transición (...) estamos lonxe de ver a solución”.

- ◆ Así contextualizada, para moitas das persoas entrevistadas a evolución do sector en Galicia nos próximos anos manterá o que se ten denominado como “sobredimensionamento”, e amosará o seus efectos a través dun desenvolvemento máis contido das potencialidades emerxentes:

"(É unha) situación trucada. Os xornais seguirán existindo, aínda sen lectores, porque están mantidos artificialmente, nunha situación previa ao 93. E iso afecta á modernización do resto dos medios. Se os medios escritos puidesen axustarse (ao mercado), se cadra os outros desenvólíanse; o audiovisual, as televisións...O futuro está reprimido. As iniciativas que podan existir non están apoiadas".

"Non creo que se vaia producir ningún tipo de concentración (...) os grupos que teñen dous periódicos e unha televisión dependen case todos do mesmo cliente (...) se cadra pola propiedade familiar destes medios (Cítase algunha excepción, cunha estrutura empresarial máis complexa) que non creo que vaia facer ningún tipo de proxecto expansivo (...) Os grupos teñen as produtoras para asegurarse unha relación máis simbiótica coa TVG".

- ◆ Ao tempo que se manterán as tendencias apuntadas ao longo das páxinas anteriores, relativas a unha contracción do mercado laboral dos e das xornalistas.

"Aquí hai un problema de fondo, que logo vai ao contexto e vai ao mercado. A realidade do mercado é que as empresas de comunicación son empresas, e que temos un ámbito Público que non se diferencia gran cousa do ámbito privado (...) Nos últimos tempos produciuse un avance tecnolóxico importante nos procesos de renovación de moitas empresas. As empresas prescindiron dos cadros veteranos, porque eran caros, e substituíronos pola rendibilidade rápida dos rapaces que saen das facultades, en condicións precarias (...) reducindo o custe de persoal con esas estratexias..."

4 Aproximación á realidade profesional dos e das xornalistas en Galicia

4.1. Aproximación aos imaxinarios da profesión:

- ◆ De entrada, salienta que, na súa maior parte, as persoas entrevistadas consideran que o exercicio da profesión de xornalista é realizado nunhas condicións laborais moi específicas; que demandan, en último extremo, que este tipo de profesionais teñan un forte carácter vocacional.
- ◆ Sintetizando esta idea, algúns entrevistados falan dos “xornalistas de raza”. Esta figura constitúe un tipo ideal que sitúan antiteticamente ao daqueles e daquelas que entenden o xornalismo como un “traballo de oficina”.
- ◆ Esta antítese axuda a visualizar a existencia de contradicións entre distintos planos do imaxinario da profesión e do seu exercicio real.
- ◆ Neste sentido, cabe destacar a disparidade existente entre o que se considera una imaxe social moitas veces idealizada do xornalismo, e as opcións que se valora teñen polo xeral estas e estas profesionais; ou, entre a elevada cualificación requirida tanto a profesionais como a estudantes de xornalismo, e as condicións laborais nas que desenvolven ou desenvolverán o seu traballo gran parte destas persoas.

“É unha profesión dura, desagradecida e cada vez máis exposta á crítica”.

“É unha profesión moi absorbente (...) coller a realidade e ordenala (...) é caótica (esta realidade). Ao mellor ás oito da tarde (...) cambian totalmente os temas do día (...) Cando un chega a unha redacción (...) séntase (e pensa) 'a min que non me mareen', na redacción é un estorbo. (Hai) que estar sempre disposto a correr os 100 metros (...) cando chega un prestige (...) necesitas que (os e as profesionais) estean motivados. (A empresa ten parte nesta cuestión) pero necesitas que (teñan) unha parte de 'responsabilidade' social, que non te paga a empresa, que tes que poñer ti”.

“Un (unha) xornalista non é un funcionario, nin debe ser un traballador explotado. É un oficio vocacional. Non hai horarios prefixados, á noticia é noticia se é imprevista, e normalmente acontece fóra do horario laboral. Non é un oficio para oficinistas, aínda que hai opcións no xornalismo con horarios máis fixos; redactores de mesa, etc.”.

- ◆ Existe, por tanto, un imaxinario (aquí levemente apuntado) no que deben contextualizarse as valoracións das persoas entrevistadas ao respecto da realidade laboral dos e das xornalistas en Galicia.

4.2. Aproximación á evolución do exercicio profesional do xornalismo.

- ◆ En primeiro lugar, cómpre destacar que, polo xeral, existe unha valoración positiva dos niveis de inserción de titulados e tituladas en Xornalismo en Galicia. Aínda que a opinión xeral é que esta inserción é concretada, maioritariamente, en postos caracterizados, en maior ou menor medida, pola precariedade.

“Mercado si que había (...) as visións máis pesimistas dicían, cando empezou a Facultade (de Xornalismo) que non había espazo...para dar saída (a todos os titulados e as tituladas). A realidade dinos, os estudos, que o mercado vai absorbendo en proporcións comparables ás doutras titulacións (...) pero en condicións de precariedade e inestabilidade”.

- ◆ A realidade na que se desempeña o traballo dos e das profesionais do xornalismo en Galicia ven condicionada, como é obvio, polo contexto do propio sector (unha cuestión abordada no capítulo anterior); pero tamén, como indican algúns dos entrevistados, pola evolución da posición dos e das xornalistas neste contexto e fronte ás empresas nas que realizan o seu traballo.
- ◆ É por isto que ten interese facer visible o xeito no que se percibe a evolución do xornalismo en tanto que desempeño profesional.
- ◆ A partir da coincidencia de moitas das opinións recollidas, cabe identificar varias ideas centrais a este respecto:

- ➔ O rol do xornalismo, na súa acepción como exercicio de intermediación entre a sociedade e a súa realidade, tense transformado sucintamente.
 - ➔ Manifestando, en definitiva, unha inversión no peso dos elementos presentes no proceso da comunicación xornalística.
 - ➔ E concretando un horizonte laboral caracterizado pola perda de relevancia e a precariedade.
- ◆ Esta transformación sería consecuencia, moi directamente, dos cambios socioeconómicos acaídos nas últimas décadas (transformación de valores, prácticas de vida etc.; e, consecuentemente, das demandas cara aos medios), da “revolución tecnolóxica” (aparición de novos formatos e presións adaptativas sobre os máis tradicionais), e do peso crecente que adquiriron os intereses empresariais a partir dun momento instituínte, que foi o da Transición.
- “(Na Transición) unha xeración, xente nova formada nas facultades, que viviu unha época 'moi progresista' no ambiente universitario, e se sente motora do cambio político, da democratización dun país (...) Tamén as propias empresas xornalísticas ven na democracia algo que lles interesa, polo que son importantes este tipo de xornalistas, e teñen unha marxe de liberdade moi grande para escribir. Máis iso remata cando a democracia se normaliza (...) A modernización das empresas creou tamén a figura dos editores, que controlan a liña do medio (...) o xornalista era moi importante para facer didactismo democrático; agora xa non o é”.*

“Nos últimos tempos produciuse un avance tecnolóxico importante nos procesos de renovación de moitas empresas”.

“Antes había que buscar noticias, e agora hai que despexalas, entre todo o que se recibe de axencias e gabinetes (...) antes vendíase publicidade aos lectores, agora véndense lectores á publicidade”.

- Un dos rasgos que visualizan con gran relevancia esta transformación é a aparición de novos axentes de intermediación entre a noticia e a sociedade, entre os que cabe destacar como exemplo central os gabinetes de comunicación.

- O protagonismo que van adquirindo estes novos axentes incidiría, na transformación da esencia tradicional do rol do xornalista:

“Esta tendencia xoga a favor da comunicación, e en contra do xornalismo (...). A mobilización das fontes como axente dinámico vai a favor da comunicación, dos espazos laborais (...) pero se manteñen as condicións laborais (precarias), e, sobre todo, a redución de cadros de persoal nos medios; o que da lugar a que se produza un acomodo ás mensaxes que se transmiten desde esas organizacións (...) Entón ese papel de observador, de analista, de intérprete, de mediador social, que ten que ter o/a xornalista se deixa ir, delégase, pero na organización, que é unha parte interesada na conformación dese discurso (...) Temos material ben escrito, ben presentado, con aparencia de peza informativa (...) entón desaparece o xornalista desa cadea produtiva (...) a favor dos titulados en comunicación, pero en contra do papel e a función do xornalista”.

- A aparición destes novos axentes respondería á importancia cada vez maior que outorga o feito corporativo a dirixir a construción da súa imaxe en relación cos valores e expectativas da sociedade na que se move.
- Visualízase, deste xeito, a emerxencia dun paradigma que, conforme inciden algúns entrevistados, abre tamén novas potencialidades para o posicionamento social dos e das profesionais do xornalismo e a comunicación.

“O cambio está no xeito de entender a comunicación (...) crear marca, crear identidade (...) neste terreo hai moito que facer (no plano das organizacións) Transformación, incluso, no xeito de asumir o papel da comunicación, (que deixe) de ser a peza que se acopla ao final do proceso....ten que estar presente desde o deseño (de calquera política corporativa), de xeito que o concepto de comunicación integral non sexa so para a organización, senón para as accións ou os produtos”.

- Este paradigma demandaría, en consecuencia, dunha reformulación do posicionamento, e o autoconcepto, dos profesionais e das profesionais do xornalismo.

“Deixan de ser os soportes informativos tradicionais os soportes de encontro coa cidadanía (...) no ámbito da comunicación, os xornalistas non acabamos de ver que se necesitan construtores do discurso, comunicadores, ademais de enxeñeiros, etc. (...) Hai unha parte de construción de mensaxe, imaxe, e non só informar, que debera ser asumido polos e polas profesionais do xornalismo”.

“(Hoxe valórase) a comunicación como un factor fundamental nos procesos de socialización e de cohesión das colectividades, (e tamén) como un mecanismo de riqueza económica, de riqueza cultural e de riqueza da sociedade do coñecemento (...) esta concepción vai desde o mundo das industrias culturais do libro (...) ate a rede, pasando pola prensa, pola prensa especializada (...) pola radio, polo cine, polo audiovisual, pola televisión (...) polos gabinetes de comunicación (...) Todo iso está concibido como un gran discurso, onde hai moitas posibilidades de actuación”.

- ◆ Para algúns, esta formulación da profesión xornalística non se vería reflectida na imaxe social aínda predominante da mesma, marcada por elementos excesivamente “románticos”.

“A demanda do estudiantado que accede á Universidade é desproporcionada, esaxerada, e produto da fascinación que exerce a sociedade mediática, do audiovisual, sobre todo, sobre a sociedade xeral”.

4.3. Identificación dos perfís profesionais máis demandados.

DIALÉCTICA ENTRE O MODELO DA POLIVALENCIA E A ESPECIALIZACIÓN.

- A partir das consideracións plasmadas no capítulo anterior, cabe iniciar este epígrafe retomando a idea de que o xeito no que se entenda a función social dos e das xornalistas ven a condicionar, centralmente, tanto o desempeño das Institucións que atenden a súa formación (o ámbito Universitario), como as esixencias que lles formulan os medios que os integran laboralmente.

“Ao meu ver o ensino ten un problema básico difícil de solventar (...) ¿que tipo de profesionais estamos formando? (...) ¿Trátase dunha formación profesional cualificada, para crear profesionais que podan desenvolver múltiples funcións, desde a redacción de noticias, a locución, a montaxe, a edición, para logo colgala na rede e atender ao tempo unha noticia política, outra económica e outra deportiva, todo rapidamente porque hai que pechar a edición? (...) ¿Ou estamos formando a profesionais especialistas en comunicación (...) con todo o que significa a complexidade da comunicación?

- A realidade semella primar a primeira das perspectivas:

“(Perfil demandado) profesionais que manexen moitas ferramentas, multimedia, que non teñan unhas pretensións económicas altas. Non se procura tanto xente cómoda ou sumisa (...) senón aquela que estea disposta a exercer moitas funcións. As ofertas laborais dos medios para os postos especializados (...) son para os masters (...) que eu creo que supón acudir ao club dos acomodados, non aos profesionais dispostos a facer determinados traballos”.

- ◆ Aínda que o valor engadido dos e das profesionais se asocia, segundo algunhas das opinións recollidas, á especialización:

“Este profesional formado e mesmo especializado nun tipo de coñecementos vai ser unha das demandas, aínda que non sexa de xeito inmediato”.

- ◆ O discurso recollido amosa, deste xeito, unha certa dialéctica entre dous modelos, o da polivalencia ou da especialización. Transmite, ao tempo, que a realidade dos medios demanda dunha unha integración, máis ou menos explícita, entre ambos.

- ◆ Así, e de entrada, existe un consenso ao respecto de que os medios basean o seu produto nun ou nunha profesional caracterizado/a centralmente pola polivalencia:

“O modelo ideal é o da especialización, pero creo que o modelo real é o do ‘home orquesta’. E non só no (manexo) dos medios (audiovisuais, web, etc.), senón tamén no xenérico”.

“(Na prensa escrita) buscamos o profesional todo terreo. Non tentamos chegar á especialización, agás en certas seccións como a económica. Falamos de todoterreos con bagaxe cultural; sexa, saber desenvolverse, ter cultura xeral, no sentido de saber de todo...redactar, preparar unha noticia, facer unha reportaxe. Un profesional enterado de todo”.

- ◆ A tendencia básica é, logo, requirir dun profesional con capacidade para manexarse en diferentes códigos, abordar diferentes temáticas e construír discursos desde a complexidade crecente dos recursos e formatos.

“(Primeiro) necesitamos profesionais capacitados para interpretar a realidade, con máis formación cultural de fondo, ademais de ter capacidades lingüísticas e tecnolóxicas (...) esta é unha profesión de longo percorrido, que esixe formación permanente. Segundo, todo o que ten que ver coas novas linguaxes tecnolóxicas. Persoal cualificado, informado e experimentado”.

- Dando servizo a unha estratexia empresarial que, segundo algúns, aposta crecentemente pola produción en rede, e mesmo a externalización, buscando a redución de custes :

“O futuro está na parte dos contidos, nas persoas capaces de xerar contidos; e, sobre todo, xerar contidos baratos. Eu creo que o gran nicho, con tanta fragmentación, con tantas canles (onde, en todo caso) vai a haber moito traballo, pero máis precario (...) será precisamente o dos produtos que podan funcionar e que sexan baratos (...) ideas novas, baratas, e que sexan exportables, controlando a distribución”.

- Non obstante, e partindo de recoñecer a preponderancia da estratexia da polivalencia, son moitas as persoas que manifestan un recoñecemento explícito ao papel da especialización.

“Xeralmente (...) as empresas procuran máis ben profesionais todo terreo, que lles podan solventar calquera tipo de situación, un xornalista debe saber facer calquera tipo de información. Máis é fundamental a especialización, que é o valor engadido”.

“Nos sectores incipientes de especialización (é) onde fan falla persoas cun grao de coñecemento determinado (xornalismo medioambiental, etc.)”.

PERSPECTIVAS DESDE O ÁMBITO DA PRENSA ESCRITA.

- ◆ Así, ao falar dos xornais, algúns entrevistados inciden en que a especialización é a base dunha estratexia de adaptación á evolución do mercado da prensa escrita (como resposta á competencia doutros formatos); e, asociadamente, unha garantía para achegar maior calidade no produto que chega ao mesmo; en especial no que toca a temáticas para as que se demanda dun seguimento especial desde a cidadanía.
- ◆ É neste sentido que o maior ou menor nivel de aposta pola especialización varía, na práctica, segundo a estratexia de mercado que se formula cada medio en particular.

“Debate moi profundo (...) sobre todo a nivel europeo (...) onde hai unha tendencia moi forte ao xornalista 'orquesta' (...) á integración das redaccións (...) Hai (tamén) un movemento, que eu creo que ten máis sentido, aínda que ten menos adeptos, que é o da especialización (...) desde o punto de vista das empresas (é máis interesante) que o xornalista vaia co micrófono para a radio, a cámara para a TV, para a foto para o xornal, e que faga contido para todo (...) pensamos, algúns, que o que vai a escribir para un xornal ten que pensar no xornal, e non vai a facelo igual que o que está pensando en ser o máis rápido en Internet (...) para un xornal como o noso é fundamental (un certo nivel de especialización) haberá sempre unha poboación que (buscará) máis información do que podes buscar en 10 ou 15 minutos en internet”.

“Cada medio ten o seu modelo, conta unha cousa concreta, e necesita que os seus profesionais estean pensando nada máis que na súa audiencia (...) por tanto (...) se queremos ser necesarios para esa audiencia, temos que darlle algo moi especializado (...) hai experiencias no contrario”.

PERSPECTIVAS DESDE O ÁMBITO DA RADIO E A TELEVISIÓN.

- ◆ Cómpre salientar que é unicamente o marco da televisión dixital, e a súa potencialidade para o segmento das televisións locais, ao que se asocia a unha proxección nos próximos anos e, polo tanto, a unha certa potencialidade como nicho de emprego emerxente.

“Futuro (...) maior presenza da televisión local”.

- ◆ Non obstante, esta valoración tende a ser contida, cando non escéptica, ao considerar o pasado e a realidade actual deste formato en Galicia.

“A televisión, como negocio, segue sendo bo, pero está asomada a riscos importantes, como consecuencia da excesiva fragmentación (...) pola implantación da TDT (...) e pola rivalidade con internet (que lle resta gradualmente audiencia nomeadamente entre a xente nova”.

“Na televisión local é difícil (No que toca a súa implantación) se no ano 90 fose legalizada, hoxe a televisión local tería moita forza (Hoxe) saíron as dixitais, aínda que só funcionan en dixital dúas (...) a televisión local non cumpre o papel que debería xogar porque non interesa (No que toca a súa capacidade de xerar

emprego) En Cataluña os xornalistas levan a súa cámara e fan unha, dúas noticias, e están servidos polos vídeos das Cámaras de Comercio, das Institucións, das empresas, que aquí envían fax. Na televisión un xornalista (fai) de todo, para axustarse ao mercado. So hai técnicos e redactores (nas grandes televisións)”.

“A TDT (...) hai casos de voluntarismo forte nas televisións pequenas (...) cadros moi reducidos con alta polivalencia que, no fondo, o que fan é cubrir carencias empresariais (...) as TDT non serán unha revolución no empresarial (...) poden ser unha válvula de escape (...) haberá reacomodos de plantilla, máis que un redimensionamento”.

- ◆ Ao falar da radio as expectativas semellan tamén moi contidas:

“O mundo da radio pasou por varias etapas (explosión) a partir da Transición (...) que se traduciu na implantación de novas emisoras e formatos (...) xeneralización de informativos na radio (...) factores que xeraron expectativas de emprego. No momento actual, quizais vivamos un estancamento (na creación de novas emisoras), tamén pola (dinámica) de centralización (na creación da programación) e a limitación da programación local”.

“A radio é un sector moi maduro e rendible, pero con marxes curtas”.

- ◆ No que toca aos perfís demandados no ámbito da radio e da televisión, destaca outra vez a demanda de profesionais moi polivalentes; que teñan a capacidade de elaboración de discursos adaptados ás condicións e esixencias destes formatos e permitan un aproveitamento das potencialidades das TIC para xerar un novo valor engadido aos seus produtos.

“(No que toca á televisión) Profesionais formados en vídeo, fotografía dixital e en redacción. Teñen que ser tridimensionais (...) debera ser tamén nas televisións locais”.

“(Ao falar da televisión) apareceron novos formatos (...) ferramentas que te levan a uns resultados de factura e calidade, pasando dun número de persoas de seis ou dez, a unha ou dúas (...) tecnoloxía que é moi barata, abaratando tamén o custe dos produtos. Maior calidade (...) non é especialización; o guionista ou o realizador, que antes necesitaban dun operador, realizan (agora) as súas funcións. As persoas aprenden a facer máis cousas, primeiro porque a tecnoloxía é máis barata; segundo, porque as 'interfaces' son máis sinxelas de manexar, e converten ao profesional en alguén máis completo, con control sobre máis materias”.

“(Ao falar da radio, o reto) pasa pola adaptación (...) que ten que reaxustar a súa programación (...) están xurdindo novos espazos radiofónicos (...) onde a creatividade manda (...) e tamén a combinación da radio tradicional con internet (...) non só a emisión do produto tradicional a través da rede, senón pola creación de novos produtos (...) nicho de traballo fundamental é aquel que combina a radio tradicional coa emisión e programación a través de internet (...) moitas veces non existen os e as profesionais formados nestas dúas vertentes (...) perfil específicos (...) ten que enfrontar un micrófono, con locución acaída, e ser quen de transmitir a maxia e a imaxinación da radio. Manexo de internet e a comprensión das (peculiaridades) do xornalismo na rede”.

- Especificamente no ámbito da televisión, e ao respecto da presión das “novas tecnoloxías” e o seu impacto sobre a demanda de profesionais, as opinións amosan dúas liñas, obviamente non excluíntes, de valoración.

“A televisión, por exemplo, está sen dixitalizar; proceso que supón un perigo, porque vai supoñer a desaparición de postos de traballo, cámaras, editores, etc. A maioría son empresas pequenas, que lle prestan pouca atención ao tema tecnolóxico”.

“Na televisión estamos nun proceso de dixitalización interna (...) Aquelas noticias sinxelas aprenderá a montalas o redactor, precisamente estamos con cursos de formación. O excedente de montadores será reciclado para outras tarefas (...) sempre se pensa que os avances tecnolóxicos van en detrimento de postos de traballo, iso posiblemente non é exacto (pode haber redución nalgúns perfís) pero esas novas tecnoloxías facilitaron o traballo para outras persoas”.

PERSPECTIVAS DESDE O ÁMBITO DA WEB E OS GABINETES DE COMUNICACIÓN.

- A tenor do descrito ate aquí, o máis frecuente entre os entrevistados é considerar que o ámbito web e os gabinetes de comunicación corporativa son os únicos realmente valorables como “nichos con potencial de emprego”.

“Os soportes tradicionais están esgotados laboralmente (...) hai que ir ás redes e aos gabinetes profesionais (...) son os sectores que medran (...) os medios tradicionais teñen unha capacidade de xeración de emprego moito máis limitada (e) están saturados”.

- ◆ Aínda así, as valoracións son dispares tamén a este respecto.
- ◆ Así, a maior parte das opinións expresan que, aínda que o espazo web atrae a atención de moitos e moitas xornalistas, son escépticas ao respecto da súa capacidade de asentarmos unha opción laboral clara.

“No espazo web, emerxente, segue sen saberse como sacarlle rendibilidade”.

“Hoxe, nas roldas de prensa, seguimos vendo xornalistas de radio, televisión, xornais; pero moi poucos de internet, aínda que sabemos que a audiencia está pendente diso”.

- ◆ En todo caso, no que toca aos perfís profesionais demandados desde este ámbito, a polivalencia é a referencia na medida en que as persoas deben integrar a capacidade de elaboración de mensaxes coa capacidade de manexo de ferramentas e formatos moi específicos.

“Neste ámbito (...) crece, de todos xeitos, a función informativa (...) vaise configurando o xornalismo electrónico (...) hai unha parte de construción de mensaxe, imaxe, e non só informar, que debera ser asumida polos profesionais do xornalismo (...) se facemos isto, pode ser un dos escenarios de transformación no laboral”.

- ◆ Aínda así, a situación de desenvolvemento “incipiente” do xornalismo en web fai que nalgún caso se incida na importancia das fontes en tanto que factor ao que debera prestarse unha atención relevante.

“Ser xornalista (...) o único que fai falta (...) en Internet require de certos coñecementos específicos (...) sen dramatizar (...) son programas accesibles (quizais) é moito máis importante as fontes (...) porque polo xeral as grandes noticias, a investigación, publícanse na prensa impresa (...) porque as fontes valoran máis o escrito”.

- ◆ No que toca ao ámbito da comunicación corporativa e, máis no concreto, aos gabinetes de comunicación, existe un maior recoñecemento do seu dinamismo como ámbito de emprego para os e as profesionais.

“O peso da comunicación corporativa é bastante incipiente (en Galicia), en todas as empresas se (ven) profesionalizado, como moito desde hai 10 anos (...) queda moito por camiñar”.

- ◆ Aínda que é frecuente considerar que o traballo nos gabinetes se realiza en condicións laborais moito máis asimilables ao estándar de referencia, as valoracións recollidas neste ámbito rexeitan esta imaxe.

“Gabinetes de comunicación de empresas, Públicas ou privadas. Único sector no que se pode buscar un nivel salarial alto e unha boa calidade de vida”.

“Non comparto (...) porque o gabinete está a expensas dos medios de comunicación (...) non hai horarios, os fins de semana poden ser “fastidiados” en calquera momento (...) a estabilidade é relativa (...) a responsabilidade é moi alta (...) de aquí ao primeiro erro estás fora”.

- ▶ O traballo neste ámbito defínese pola capacidade de integrar os diferentes discursos corporativos nunha “voz única” (emisor cero), que traslade unha mensaxe determinada á opinión pública e aos axentes de referencia en cada caso. Ademais das necesarias habilidades xornalísticas (redacción, síntese, construción de mensaxes) e tecnolóxicas, o perfil demandado caracterízase desde dúas dimensións claves.

“(Cara fora) coñecer os tempos dos medios, a súa sensibilidade e ferramentas (cara dentro) Capacidade de sintetiza aos diferentes emisores da empresa (rrhh, xurídico, financeiro...), saber interpretar onde está o importante e ter a sensibilidade para transmitilo ao exterior (...) sensibilidade coa empresa (...) a formación na empresa é fundamental, e o traballo en equipo”.

4.4. Valoración das novas xeracións de profesionais e as súas expectativas.

◆ É xeral a valoración de que as novas xeracións de profesionais aportan, polo xeral, un elevado nivel de cualificación.

◆ É neste sentido que moitos entrevistados enfatizan a importancia da formación na axeitada conformación duns e dunhas profesionais que adoitan incorporarse cunha excelente preparación:

“Entrar en xornalismo é tan caro desde o punto da vista da formación, que (os rapaces e as rapazas) que entran son a ‘crema’ (...) a formación de orixe é fundamental; e as aptitudes”.

◆ A partir de aquí, débúxase un esquema “tipo” de traxectoria profesional, no que o rasgo máis característico é a falla de expectativas de futuro claras e, en consecuencia, a dificultade para chegar a asentar un proxecto vital e profesional.

“Hoxe a xente está sobradamente preparada, aínda que errada ao respecto do que lle espera fóra. Antes podía ser nun traballo precarizado pero era cuestión de agardar, non anos, senón dun xeito rápido, case medieval, había moitas oportunidades, mesmo podendo escoller entre postos de traballo. Hoxe a xente nova ve un horizonte plano. Non hai esa permeabilidade, como na sociedade inglesa clásica, ‘se naces proletario, morres proletario’”.

“Agás unha gran empresa (que son os casos menos frecuentes) na que se pode ter unha carreira ampla e profesional (...) non hai demasiadas expectativas”.

- ◆ Neste esquema destaca, pola súa forte presenza, unha compoñente competitiva, derivada dunha asimetría entre a oferta e a demanda de profesionais.

“Como hai tanta xente titulada, formada, na porta (...) ¿baixan os prezos, non? E contrátase, penso eu, por baixo do mínimo esixible (...) Estamos nun período de non incrementar plantillas (Os profesionais e as profesionais máis 'normais') entran e saen, (os e as que podemos denominar 'ouros') hai que fixarse un pouco máis neles (e os e as que podemos chamar 'diamantes') por favor que non se vaian (...) ¿como se consegue un diamante? Ben formado, con actitudes e vontade”.

4.5. Valoración das problemáticas cunha incidencia máis relevante do exercicio profesional.

- ◆ Neste punto, presentábase ás persoas entrevistadas un esquema que identificaba un conxunto de problemáticas co obxectivo de facilitar a recollida de opinións. Este esquema foi extraído do estudo financiado e publicado polo Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia en 2002, e dirixido por Miguel Tuñez, ao respecto da situación laboral dos e das xornalistas galegos.
- ◆ De todos xeitos, abríase a posibilidade de que as persoas puidesen identificar outras cuestións que estimasen oportuno.
- ◆ Nas páxinas que seguen realizarase unha descrición sintética das valoracións recollidas.

AO RESPECTO DA SITUACIÓN DE PRECARIIDADE NA QUE SE ATOPAN MOITOS E MOITAS XORNALISTAS:

- ◆ En xeral, a precariedade é a cuestión que motiva, en maior medida e con maior espontaneidade, a preocupación das persoas entrevistadas.

- ◆ Existe unha valoración xeneralizada ao respecto de que a precariedade incide dun xeito especialmente destacado nos e nas profesionais do xornalismo en Galicia; a través de diferentes manifestacións, como pode ser a baixa retribución, a falla de perspectivas de mellora laboral ou dunha traxectoria profesional clara, o exceso de horas na xornada laboral, a inestabilidade e a subcontratación, etc.

"Peor que noutras especialidades. Sei de titulados en xornalismo que reciben ofertas que a ningún outro universitario se atreven a facer. A precariedade e a inestabilidade laboral moi altas, e as perspectivas escasas. (Hai tamén) presenza do autónomo, "free lance", e penso que vai ir a máis, pola propia inercia do mercado en todos os sectores".

- ◆ Algunhas voces entenden que esta problemática está a manifestar unha incidencia crecente nos últimos anos, incorporando novos mecanismos de precarización en función da estrutura de posibilidades vixente.

"Encubrimiento da precariedade laboral (a través dos) convenios, a subcontratación (...) desde (os datos recollidos en estudos anteriores) empeorou".

"(Citando, como exemplo, as prácticas de estudantes) na experiencia que nós temos, creo que son a desculpa de recurso para a precarización laboral (...) que nalgúns casos si que se aproveita para o reforzamento da plantilla".

- ◆ Noutros casos, relativízase esta cuestión, argumentando que se ten avanzado cara unha maior regulación, e que as situacións difiren moito segundo os diferentes medios.

“Tense avanzado moito (...) hai maior seriedade (...) cada vez máis un xornal semella unha oficina (a profesión) está burocratizándose (...) se profesionaliza (porque, entre outras cousas a investigación) as exclusivas son cada vez máis contadas (...) o que hai son filtracións (En todo caso) depende o medio (...) no diario “El País” os salarios están moi por riba da media sectorial (...) na radio (maior inestabilidade), nos medios locais (...) maior picaresca (...)”.

- *É por isto que a precariedade tende a ser asociada con maior frecuencia a uns segmentos demográficos determinados, polo que tería unha incidencia máis relevante entre os máis novos e as máis novas, que, ademais, afrontan un panorama no que é moi difícil visualizar oportunidades de mellora para esta situación. Nalgúns casos, fálase dunha tendencia polarizadora.*

“Segmentación, entre os que teñen 40 ou menos anos vense máis esas diferenzas (...) a precariedade está a estabilizarse. Os que se incorporan (o fan) deste xeito (en condicións de precariedade) e os que están, non hai síntomas de que vaia cambiar“.

“¿Que pasa? Hai un problema de oferta e demanda; hai unha sobre-oferta de xornalistas (...) no xornalismo hai moito mileurista (...) e unha capa de xornalistas que non podemos dicir que esteamos mal retribuídos (...) estas dúas bandas tenden a separarse”.

AO RESPECTO DA INCORPORACIÓN DA MULLER AO EXERCICIO DA PROFESIÓN DE XORNALISTA:

- ◆ Cómpre destacar que existe un acordo xeneralizado en considerar que a profesión do xornalismo presenta unha incorporación acentuada das mulleres nas últimas décadas.

“(En todo caso, hai campos) que hai tantas ou máis mulleres, televisión, deportes vai en auxe, correspondentes de guerra tamén...”.

- ◆ É tamén frecuente incidir en que este proceso de incorporación amosa unha serie de asimetrías asociadas ao xénero:

“O que debera terse relativizado (nestes anos) sería a diferenza por xéneros (...) pero se mantén igual (...) se vas vendo os salarios, vés que os complementos por antigüidade afectan menos ás mulleres (...) isto ocorre menos, pero tamén, para os postos directivos (...) hai máis presenza de homes”.

- ◆ Algunhas persoas minimizan a importancia destas asimetrías na medida en que entenden que a precarización non distingue por xénero.

“Non estou de acordo en que gañen menos cartos (as mulleres). Na precariedade está a igualdade; o empregador vai ofrecer 900 ou 1000 €, e vaille dar igual que sexa home ou muller”.

- ◆ Destaca tamén o caso daquelas que relativizan a súa importancia desde o punto de vista de que serán superadas, case que dun xeito lóxico, co paso do tempo; en boa lóxica, na medida en que as actuais xeracións desenvolvan a súa traxectoria profesional.

"Estou de acordo con matices (...) esa incorporación (...) é recente, se cadra teñen que pasar uns anos para que ocupen eses postos de dirección".

AO RESPECTO DO PESO DE CRITERIOS NON XORNALÍSTICOS NO DESEMPEÑO DESTA PROFESIÓN:

- ◆ É un lugar común no discurso das persoas entrevistadas o recoñecemento de que os e as xornalistas afrontan, con certa habitualidade, diferentes presións, máis ou menos indirectas. que responden a criterios alleos aos puramente xornalísticos.

"Sen dúbida. Iso pasou sempre, e seguramente pasará con maior número de axentes externos que sempre queren incidir no resultados finais (...) manter este equilibrio é complicado".

- ◆ Non obstante, as opinións recollidas difiren na valoración da consideración que deben merecer este tipo de factores de presión.
- ◆ Así, algúns entrevistados restan centralidade a esta cuestión, ao considerar un feito normalizado a presenza de orientacións ideolóxicas, empresariais, etc. no marco referencial no que se inserta o traballo dos e das xornalistas.

"Fálase da obxectividade, máis a obxectividade como tal non existe. Existe a profesionalidade e o rigor. Todo o mundo ten cargas ideolóxicas, educacionais, relixiosas. O xornalista debe ser honrado na realización do seu traballo, como calquera traballador".

- ◆ Noutros casos, por contra, a postura é máis belixerante na medida en que se centra na presenza de presións “explicitamente” alleas ao xornalista, chegándose a falar de “control”.

“O control da información faise moitas veces a través das situacións de precariedade (...) Ás veces (a precariedade) aproveitase para determinadas presións, ou facilita determinados controis informativos (...) Isto non ocorre só en Galicia, pero nisto de ser mileuristas somos pioneiros (...) e a calidade deixa de ser un valor en alza, para atender máis a cuestións de cantidade”.

- ◆ En todo caso, e como conclusión, semella existir un consenso ao respecto de que esta é unha cuestión presente. E que, polo tanto, o desempeño axeitado dos/das xornalistas require da capacidade para moverse e manter un equilibrio neste escenario, sen perder nunca de vista os propios intereses e criterios.

“Presións hainas sempre, máis hai que ter man esquerda e ‘tourear’ (...) Empresarialmente as presións poden ser moi puntuais, por algunha nota dun conflito laboral, etc. Mais as peores son as (doutras Institucións) É importante non ceder, e móvense moitos cartos cos convenios, e hai persoas que presionan aos medios desde as Institucións”.

- ◆ En casos determinados fórmase que sería idóneo que existisen mecanismos de “control/mediación” que reduciran o impacto potencial deste tipo de presións; como vía para garantir uns niveis de obxectividade axeitados á hora de informar.

“No exercicio do periodismo ten que haber máis control. Cada vez é máis difícil que a información sexa veraz (...) de non ser así, esta profesión pasará a ser unicamente o negocio dunhas empresas de comunicación. O de informar con independencia, exactitude, ecuanimidade...estase acabando”.

AO RESPECTO DA FALLA DE CONSCIENCIA DE COLECTIVO ENTRE OS E AS PROFESIONAIS DO XORNALISMO.

- ◆ Aínda que non todos os entrevistados entraron a reflexionar este aspecto, aqueles que si o fixeron manifestaron unha valoración común de que esta é unha problemática tradicional no mundo do xornalismo.

“No xornalismo existe un gran individualismo, máis iso está cambiando”.

“(Mesmo no plano sindical) buscar elementos comúns é moi complicado (...) aquí (...) todos titulados (...) xente moi formada, e por tanto moi crítica (...) polo que é difícil conseguir grandes consensos”.

“Esta é unha profesión na que a última folga xeral foi en 1919 (...) cunha diferenza abismal entre o status social ao que pertencen (os e as xornalistas) e o económico. (Ademais, existe neste colectivo) certa tendencia ao escepticismo á hora da mobilización”.

- Algunhas persoas quixeron mesmo incidir en que a falla de cohesión no colectivo plasmaríase, ao tempo que sería consecuencia, na fragmentación das organizacións que asumen a representación dos e das profesionais e dos seus criterios e discursos:

“As veces, confúndense (...) con intereses políticos (...) que volven a dividir á profesión (...) isto está xerando que as (organizacións) non terminen de ser hexemónicas (...) recoñecidas por todos os profesionais (...) fáltanos conseguir órganos nos que todos os xornalistas se podan sentir cómodos (...) que non haxa que elixir”.

“Os colectivos de xornalistas, sindicatos e os colexios deberían xogar un papel máis determinante na profesión (...) os sindicatos non se toman moi en serio o tema do xornalismo (...) nun dos grandes sindicatos, comunicación está metido con transportes”.

- Non obstante, tamén é un lugar común considerar que esta é unha cuestión que está a ter unha evolución favorable, aínda partindo da fragmentación das iniciativas.

“¿Consciencia profesional? Seguramente desde as centrais sindicais de sempre pode entenderse como un exceso de corporativismo dos xornalistas (...) se obtivo (o Sindicato de Xornalistas) o resultado que obtivo é porque había unha demanda (...) aínda así non é a única solución”.

**Descrición dos datos
recollidos a través da
enquisa a profesionais
(Dispositivo II)**

1 Índice

1	ÍNDICE.....	57
2	ÍNDICE DE TÁBOAS E GRÁFICOS	58
3	INTRODUCCIÓN	63
4	FICHA TÉCNICA DA ENQUISA.....	64
5	CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA BÁSICA DA MOSTRA DE PERSOAS ENQUISADAS.....	66
5.1	PERFIL RELATIVO A XÉNERO, IDADE, TITULACIÓN E ENTIDADE A TRAVÉS DA QUE SE CUMPRIMENTA O CUESTIONARIO.....	66
5.2	PERFIL RELATIVO AO MEDIO E NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE SE REALIZA O TRABALLO.....	68
6	DESCRIPCIÓN DAS CONDICIÓN QUE CARACTERIZAN A SÚA SITUACIÓN LABORAL.....	76
6.1	DEFINICIÓN DO POSTO DE TRABALLO E TIPO DE CONTRATO.....	76
6.2	XORNADA LABORAL E TEMPO TRABALLADO NO MES.....	83
6.3	NIVEL RETRIBUTIVO.....	95
7	DESCRIPCIÓN DAS CONDICIÓN NAS QUE SE REALIZA O DESEMPEÑO LABORAL.....	99
7.1	VALORACIÓN XERAL DAS CONDICIÓN NAS QUE SE REALIZA O TRABALLO.....	99
7.2	ACCESO AO ESPAZO E A RECURSOS INFORMÁTICOS.....	102
7.3	RUTINAS DE INFORMACIÓN/COMUNICACIÓN NO TRABALLO: USO DE INTERNET E LECTURA DE XORNAIS.....	104
7.4	LINGUA EMPREGADA NO DESENVOLVEMENTO DO TRABALLO.....	111
7.5	VALORACIÓN DO GRAO DE AUTONOMÍA NO TRABALLO.....	114
7.6	PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN E ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL.....	123
8	EXISTENCIA DUN MARCO DE REGULACIÓN NA EMPRESA.....	129
8.1	VALORACIÓN DOS ASPECTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DOS CONVENIOS.....	138
9	VALORACIÓN XERAL DO ENTORNO DE TRABALLO.....	143
10	COÑECEMENTO DE CASOS DE DISCRIMINACIÓN DE XÉNERO.....	151
11	VALORACIÓN DA REALIDADE DO SECTOR DA COMUNICACIÓN.....	156
12	GRAO DE COÑECEMENTO E PARTICIPACIÓN NO ÁMBITO DOS AXENTES QUE VERTEBRAN AO SECTOR.	160
13	DATOS E VALORACIÓN DOS SERVIZOS DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS E O SINDICATO DE XORNALISTAS.....	164
13.1	DATOS RELATIVOS AO NÚMERO DE USUARIOS E USUARIAS DOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS.....	164
13.2	VALORACIÓN DOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS DESDE ESTAS ENTIDADES.....	169
13.3	VALORACIÓN DA NECESIDADE DE OFERTAR OU MELLORAR SERVIZOS.....	171
14	RECOLLIDA DE PROPOSTAS DE ACTUACIÓN PARA O COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA E PARA O SINDICATO DE XORNALISTAS DE GALICIA.....	173
15	ANEXO: CUESTIONARIOS.....	178

2 Índice de Táboas e Gráficos

ÍNDICE DE TÁBOAS

TÁBOA 1. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE TRABALLA ACTUALMENTE. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	69
TÁBOA 2. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O SECTOR NO QUE TRABALLA PRINCIPALMENTE. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	70
TÁBOA 3. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO OUTROS SECTORES NOS QUE TRABALLA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE SOBRE TOTAL DE CASOS NESTA CIRCUNSTANCIA.....	71
TÁBOA 4. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O XÉNERO E O MEDIO PRINCIPAL NO QUE TRABALLAN. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	71
TÁBOA 5. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E MEDIO NO QUE TRABALLAN. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	73
TÁBOA 6. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E O NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE TRABALLA ACTUALMENTE. DATOS EN PORCENTAXES.....	74
TÁBOA 7. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE TRABALLA ACTUALMENTE. DATOS EN PORCENTAXES.....	75
TÁBOA 8. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O POSTO DE TRABALLO QUE DESEMPEÑA ACTUALMENTE. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	76
TÁBOA 9. XORNALISTAS QUE DESEMPEÑAN HABITUALMENTE O MESMO TRABALLO PARA O QUE FORON CONTRATADOS. DATOS EN PORCENTAXES PARA CADA POSTO.....	77
TÁBOA 10. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TIPO DE CONTRATO QUE TEÑEN. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE..	78
TÁBOA 11. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TIPO DE CONTRATO QUE TEÑEN E SEGUNDO O MEDIO. DATOS EN PORCENTAXE.....	80
TÁBOA 12. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E TIPO DE CONTRATO. DATOS EN PORCENTAXE.....	81
TÁBOA 13. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS POR GRUPOS DE IDADE E TIPO DE CONTRATO. DATOS EN PORCENTAXE.....	81
TÁBOA 14. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E POSTO DESEMPEÑADO HABITUALMENTE. DATOS EN PORCENTAXE..	82
TÁBOA 15. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TIPO DE XORNADA LABORAL. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	83
TÁBOA 16. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TOTAL DE HORAS HABITUAIS DE TRABALLO AO DÍA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	84
TÁBOA 17. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TOTAL DE DÍAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	85
TÁBOA 18. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO SE REALICEN HABITUALMENTE HORAS EXTRAS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	86
TÁBOA 19. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS QUE REALIZAN HORAS EXTRAS SEGUNDO SEXAN REMUNERADAS OU COMPENSADAS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	87
TÁBOA 20. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E HORAS DE TRABALLO NUN DÍA HABITUAL. DATOS EN PORCENTAXE..	88
TÁBOA 21. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E DÍAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL. DATOS EN PORCENTAXE.....	89
TÁBOA 22. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E REALIZACIÓN DE HORAS EXTRAORDINARIAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	90
TÁBOA 23. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E HORAS DE TRABALLO NUN DÍA HABITUAL. DATOS EN PORCENTAXE.....	91
TÁBOA 24. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E DÍAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL. DATOS EN PORCENTAXE..	91
TÁBOA 25. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E REALIZACIÓN DE HORAS EXTRAORDINARIAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	92
TÁBOA 26. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E HORAS DE TRABALLO NUN DÍA HABITUAL. DATOS EN PORCENTAXE.....	93
TÁBOA 27. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E DIAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL. DATOS EN PORCENTAXE.....	94
TÁBOA 28. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E REALIZACIÓN DE HORAS EXTRAORDINARIAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	94
TÁBOA 29. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O SALARIO NETO MENSUAL. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	96
TÁBOA 30. PROMEDIOS PARA A RETRIBUCIÓN MENSUAL NETA SEGUNDO XÉNERO.....	97
TÁBOA 31. PROMEDIOS PARA A RETRIBUCIÓN MENSUAL NETA SEGUNDO GRUPOS DE IDADE.....	97
TÁBOA 32. PROMEDIOS PARA A RETRIBUCIÓN MENSUAL NETA SEGUNDO MEDIOS.....	98
TÁBOA 33. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO CONSIDEREN QUE O SEU LUGAR DE TRABALLO, REÚNE AS CONDICIÓN AXEITADAS PARA FACILITAR O DESEMPEÑO DAS SÚAS TAREFAS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	99
TÁBOA 34. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE O SEU LUGAR DE TRABALLO REÚNE AS CONDICIÓN AXEITADAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	100
TÁBOA 35. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE O SEU LUGAR DE TRABALLO REÚNE AS CONDICIÓN AXEITADAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	101

TÁBOA 36. DISPONIBILIDADE DE MEDIOS NO LUGAR DE TRABALLO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXES.....	102
TÁBOA 37. PORCENTAXE DE XORNALISTAS QUE DISPÓN DOS SEGUINTE RECURSOS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE. DATOS EN PORCENTAXE. .	103
TÁBOA 38. PORCENTAXE DE XORNALISTAS QUE DISPÓN DOS SEGUINTE RECURSOS SEGUNDO MEDIOS. DATOS EN PORCENTAXE.	104
TÁBOA 39. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO A FRECUENCIA CON QUE EMPREGAN INTERNET E CORREO ELECTRÓNICO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXES.	105
TÁBOA 40. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O NÚMERO DE XORNAIS AOS QUE DAN LECTURA NO DÍA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	105
TÁBOA 41. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO FRECUENCIA DE USO DE INTERNET E GRUPOS DE IDADE. DATOS EN PORCENTAXES.	107
TÁBOA 42. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO FRECUENCIA DE USO DE INTERNET E MEDIO. DATOS EN PORCENTAXES. . .	107
TÁBOA 43. PROMEDIO DE XORNAIS AOS QUE SE DÁ LECTURA NO DÍA.....	109
TÁBOA 44. PROMEDIO DE XORNAIS AOS QUE SE DÁ LECTURA NO DÍA SEGUNDO GRUPOS DE IDADE.	109
TÁBOA 45. PROMEDIO DE XORNAIS AOS QUE SE DÁ LECTURA NO DÍA SEGUNDO MEDIOS.....	110
TÁBOA 46. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO A FRECUENCIA COA QUE EMPREGA O CASTELÁN E O GALEGO NO TRABALLO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	111
TÁBOA 47. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E FRECUENCIA DE EMPREGO DO GALEGO. DATOS EN PORCENTAXE.....	112
TÁBOA 48. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E FRECUENCIA DE EMPREGO DO GALEGO. DATOS EN PORCENTAXE.	113
TÁBOA 49. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O SEU GRAO DE ACORDO COAS SEGUINTE EXPRESIÓN RELATIVAS Á AUTONOMÍA NO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES.....	114
TÁBOA 50. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO CALES CONSIDERAN QUE SON OS CRITERIOS DOMINANTE NA SÚA EMPRESA Á HORA DE DESENVOLVER A ACTIVIDADE. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	117
TÁBOA 51. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E VALORACIÓN DO GRAO DE LIBERDADE NA REALIZACIÓN DO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES PARA OS CASOS QUE ESTÁN MOI OU BASTANTE DE ACORDO COAS PROPOSICIÓN A VALORAR.....	118
TÁBOA 52. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E VALORACIÓN DO GRAO DE LIBERDADE NA REALIZACIÓN DO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES PARA OS CASOS QUE ESTÁN MOI OU BASTANTE DE ACORDO COAS PROPOSICIÓN A VALORAR.....	120
TÁBOA 53. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E VALORACIÓN DO GRAO DE LIBERDADE NA REALIZACIÓN DO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES PARA OS CASOS QUE ESTÁN MOI OU BASTANTE DE ACORDO COAS PROPOSICIÓN A VALORAR.....	122
TÁBOA 54. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO REALIZARAN CURSOS DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	123
TÁBOA 55. PROMEDIO DE ACCIÓN FORMATIVAS REALIZADAS NO ÚLTIMO ANO.....	124
TÁBOA 56. ENTIDADES QUE CONVOCARON OS CURSOS REALIZADOS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE SOBRE O TOTAL DE CASOS IDENTIFICADOS.....	124
TÁBOA 57. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E REALIZACIÓN DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.	125
TÁBOA 58. PROMEDIO DE CURSOS REALIZADO NO ÚLTIMO ANO SEGUNDO XÉNERO.	125
TÁBOA 59. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E REALIZACIÓN DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.	126
TÁBOA 60. PROMEDIO DE CURSOS REALIZADOS NO ÚLTIMO ANO SEGUNDO GRUPOS DE IDADE.	126
TÁBOA 61. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E REALIZACIÓN DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	127
TÁBOA 62. PROMEDIO DE CURSOS REALIZADOS NO ÚLTIMO ANO SEGUNDO MEDIOS.....	128
TÁBOA 63. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TRABALLAN NUNHA EMPRESA ACOLLIDA A UN CONVENIO COLECTIVO. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	129
TÁBOA 64. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	130
TÁBOA 65. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	130
TÁBOA 66. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO TRABALLAN NUNHA EMPRESA ACOLLIDA A UN CONVENIO COLECTIVO. DATOS EN PORCENTAXE.....	132
TÁBOA 67. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO TRABALLAN NUNHA EMPRESA ACOLLIDA A UN CONVENIO COLECTIVO. DATOS EN PORCENTAXE.....	132
TÁBOA 68. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.	134
TÁBOA 69. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.	134
TÁBOA 70. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.....	135
TÁBOA 71. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.	136
TÁBOA 72. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.	137
TÁBOA 73. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	137

TÁBOA 74. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO VALOREN DIFERENTES ASPECTOS RELATIVOS AO SEU ENTORNO DE TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXE.....	143
TÁBOA 75 . DISTRIBUCIÓN DA MOSTRA DE ENQUISADOS SEGUNDO RECOÑEZAN TER SENTIDO GAÑAS DE CAMBIAR DE PROFESIÓN. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.	145
TÁBOA 76. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO VALOREN COMO MOI OU BASTANTE POSITIVO OS SEGUINTE ASPECTOS RELATIVOS AO ENTORNO DE TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXE.....	146
TÁBOA 77. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO VALOREN COMO MOI OU BASTANTE POSITIVO OS SEGUINTE ASPECTOS RELATIVOS AO ENTORNO DE TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXE.....	147
TÁBOA 78. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO VALOREN COMO MOI OU BASTANTE POSITIVO OS SEGUINTE ASPECTOS RELATIVOS AO ENTORNO DE TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXE.....	148
TÁBOA 79. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DE XÉNERO NA SÚA EMPRESA. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	151
TÁBOA 80. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DE XÉNERO NOUTRAS EMPRESAS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	151
TÁBOA 81 . DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NA SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.....	152
TÁBOA 82. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NA SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.	153
TÁBOA 83. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NA SÚA EMPRESA. DATOS EN PORCENTAXE.	153
TÁBOA 84. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NOUTRAS EMPRESAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	154
TÁBOA 85. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NOUTRAS EMPRESAS. DATOS EN PORCENTAXE.	154
TÁBOA 86. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NOUTRAS EMPRESAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	155
TÁBOA 87. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O SEU GRAO DE ACORDO COAS SEGUINTE EXPRESIÓN RELATIVAS AO SECTOR DA COMUNICACIÓN. DATOS EN PORCENTAXES.....	156
TÁBOA 88. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE NO SEU MEDIO SE DAN “OCASIONALMENTE” OU “NUNCA” ESTAS CIRCUNSTANCIAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	158
TÁBOA 89. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO CONSIDEREN QUE NO SEU MEDIO SE DAN “OCASIONALMENTE” OU “NUNCA” ESTAS CIRCUNSTANCIAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	158
TÁBOA 90. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE NO SEU MEDIO SE DAN “OCASIONALMENTE” OU “NUNCA” ESTAS CIRCUNSTANCIAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	158
TÁBOA 91. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER ÁS SEGUINTE ENTIDADES. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.	160
TÁBOA 92. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS SEGUNDO MANIFESTEN ESTAR INSCRITAS NALGUNHA DAS SEGUINTE ENTIDADES. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXE.....	162
TÁBOA 93. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TEÑAN EMPREGADO OS SERVIZOS OU ACUDIDO ÁS ACTIVIDADES QUE OFERTA O COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXES.....	164
TÁBOA 94. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TEÑAN EMPREGADO OS SERVIZOS OU ACUDIDO ÁS ACTIVIDADES QUE OFERTA O SINDICATO DE XORNALISTAS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXES.....	165
TÁBOA 95. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS QUE ESTÁN INSCRITAS NO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS E TEÑEN PARTICIPADO NOS SEUS SERVIZOS E ACTIVIDADES OU NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES DO SINDICATO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXES.	165
TÁBOA 96. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS QUE ESTÁN AFILIADAS AO SINDICATO DE XORNALISTAS E TEÑEN PARTICIPADO NOS SEUS SERVIZOS E ACTIVIDADES OU NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXES.....	166
TÁBOA 97. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO PARTICIPARAN NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS POLO COLEXIO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXE.	167
TÁBOA 98. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO PARTICIPARAN NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS POLO COLEXIO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXE.	167
TÁBOA 99. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO PARTICIPARAN NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS POLO COLEXIO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXE.	167
TÁBOA 100. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO PARTICIPARAN NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS POLO SINDICATO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	168
TÁBOA 101. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO PARTICIPARAN NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS POLO SINDICATO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	168
TÁBOA 102. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO PARTICIPARAN NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES REALIZADOS POLO SINDICATO DE XORNALISTAS. DATOS EN PORCENTAXE.....	168
TÁBOA 103. VALORACIÓN DA CALIDADE DOS SERVIZOS DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA. MEDIAS SOBRE UNHA ESCALA DE 1 A 10 (ONDE O 10 CORRESPONDE Á VALORACIÓN DE MÁXIMA CALIDADE).....	169
TÁBOA 104. VALORACIÓN DA CALIDADE DOS SERVIZOS DO SINDICATO DE XORNALISTAS DE GALICIA. MEDIAS SOBRE UNHA ESCALA DE 1 A 10 (ONDE O 10 CORRESPONDE Á VALORACIÓN DE MÁXIMA CALIDADE).....	170
TÁBOA 105. VALORACIÓN DE EN QUE MEDIDA É CONVÍNTE QUE O COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS OFERTE OU MELLORE SERVIZOS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXES PARA AS PERSOAS QUE RESPONDERON AFIRMATIVAMENTE.....	172
TÁBOA 106. VALORACIÓN DE EN QUE MEDIDA É CONVÍNTE QUE O SINDICATO DE XORNALISTAS OFERTE OU MELLORE SERVIZOS. DATOS ABSOLUTOS E EN PORCENTAXES PARA AS PERSOAS QUE RESPONDERON AFIRMATIVAMENTE.....	172

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. AGRUPACIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO SEXO.....	66
GRÁFICA 2. AGRUPACIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE.	67
GRÁFICA 3. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TEÑAN OU NON A LICENCIATURA DE XORNALISMO.	67
GRÁFICA 4. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO A ENTIDADE A TRAVÉS DA QUE RESPONDE O CUESTIONARIO DE ENQUISA.....	68
GRÁFICA 5. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE TRABALLA ACTUALMENTE.....	69
GRÁFICA 6. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O XÉNERO E O MEDIO NO QUE TRABALLAN.....	72
GRÁFICA 7. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E MEDIO NO QUE TRABALLAN.	73
GRÁFICA 8. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E O NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE TRABALLA ACTUALMENTE.	74
GRÁFICA 9. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E NÚMERO DE EMPRESAS NAS QUE TRABALLA ACTUALMENTE.	75
GRÁFICA 10. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TIPO DE CONTRATO QUE TEÑEN.....	78
GRÁFICA 11. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TIPO DE XORNADA LABORAL.....	83
GRÁFICA 12. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TOTAL DE HORAS HABITUAIS DE TRABALLO AO DÍA.....	85
GRÁFICA 13. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O TOTAL DE DÍAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL.....	85
GRÁFICA 14. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO SE REALICEN HABITUALMENTE HORAS EXTRAS.....	86
GRÁFICA 15. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS QUE REALIZAN HORAS EXTRAS SEGUNDO SEXAN REMUNERADAS OU COMPENSADAS.....	87
GRÁFICA 16. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E HORAS DE TRABALLO NUN DÍA HABITUAL.	88
GRÁFICA 17. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E DÍAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL.....	89
GRÁFICA 18. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E REALIZACIÓN DE HORAS EXTRAORDINARIAS.....	90
GRÁFICA 19. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E HORAS DE TRABALLO NUN DÍA HABITUAL.....	91
GRÁFICA 20. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E DÍAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL.	92
GRÁFICA 21. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E REALIZACIÓN DE HORAS EXTRAORDINARIAS.....	92
GRÁFICA 22. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E HORAS DE TRABALLO NUN DÍA HABITUAL.	93
GRÁFICA 23. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E DIAS DE TRABALLO NUN MES HABITUAL.....	94
GRÁFICA 24. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E REALIZACIÓN DE HORAS EXTRAORDINARIAS.....	95
GRÁFICA 25. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O SALARIO NETO MENSUAL.....	96
GRÁFICA 26. PROMEDIOS PARA A RETRIBUCIÓN MENSUAL NETA SEGUNDO MEDIOS.....	98
GRÁFICA 27. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO CONSIDEREN QUE O SEU LUGAR DE TRABALLO, REÚNE AS CONDICIÓN AXEITADAS PARA FACILITAR O DESEMPEÑO DAS SÚAS TAREFAS.....	99
GRÁFICA 28. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE O SEU LUGAR DE TRABALLO REÚNE AS CONDICIÓN AXEITADAS.....	100
GRÁFICA 29. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE O SEU LUGAR DE TRABALLO REÚNE AS CONDICIÓN AXEITADAS.....	101
GRÁFICA 30. DISPONIBILIDADE DE MEDIOS NO LUGAR DE TRABALLO.....	102
GRÁFICA 31. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O NÚMERO DE XORNAIS AOS QUE DAN LECTURA NO DÍA.....	106
GRÁFICA 32. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO FRECUENCIA DE USO DE INTERNET E MEDIO.	108
GRÁFICA 33. PROMEDIO DE XORNAIS AOS QUE SE DÁ LECTURA NO DÍA SEGUNDO GRUPOS DE IDADE.	109
GRÁFICA 34. PROMEDIO DE XORNAIS AOS QUE SE DÁ LECTURA NO DÍA SEGUNDO MEDIOS.....	110
GRÁFICA 35. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO A FRECUENCIA COA QUE EMPREGA O CASTELÁN E O GALEGO NO TRABALLO.	111
GRÁFICA 36. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E FRECUENCIA DE EMPREGO DO GALEGO.	112
GRÁFICA 37. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E FRECUENCIA DE EMPREGO DO GALEGO.....	113
GRÁFICA 38. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO O SEU GRAO DE ACORDO COAS SEGUINTES EXPRESIÓN RELATIVAS A AUTONOMÍA NO TRABALLO.....	115
GRÁFICA 39. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO CALES CONSIDERAN QUE SON OS CRITERIOS DOMINANTES NA SÚA EMPRESA Á HORA DE DESENVOLVER A ACTIVIDADE.	117
GRÁFICA 40. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E VALORACIÓN DO GRAO DE LIBERDADE NA REALIZACIÓN DO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES PARA OS CASOS QUE ESTÁN MOI OU BASTANTE DE ACORDO COAS PROPOSIÓN A VALORAR.....	119
GRÁFICA 41. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E VALORACIÓN DO GRAO DE LIBERDADE NA REALIZACIÓN DO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES PARA OS CASOS QUE ESTÁN MOI OU BASTANTE DE ACORDO COAS PROPOSIÓN A VALORAR.....	120
GRÁFICA 42. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E VALORACIÓN DO GRAO DE LIBERDADE NA REALIZACIÓN DO TRABALLO. DATOS EN PORCENTAXES PARA OS CASOS QUE ESTÁN MOI OU BASTANTE DE ACORDO COAS PROPOSIÓN A VALORAR.....	122
GRÁFICA 43. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO REALIZARAN CURSOS DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO.....	123
GRÁFICA 44. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E REALIZACIÓN DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO.	125
GRÁFICA 45. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E REALIZACIÓN DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO.	126
GRÁFICA 46. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E REALIZACIÓN DE FORMACIÓN NO ÚLTIMO ANO.	127
GRÁFICA 47. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO TRABALLAN NUNHA EMPRESA ACOLLIDA A UN CONVENIO COLECTIVO.	129
GRÁFICA 48. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA. .	130

Estudio sobre a realidade profesional dos e das xornalistas en Galicia

GRÁFICA 49. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.....	131
GRÁFICA 50. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO TRABALLEN NUNHA EMPRESA ACOLLIDA A UN CONVENIO COLECTIVO.....	132
GRÁFICA 51. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO TRABALLEN NUNHA EMPRESA ACOLLIDA A UN CONVENIO COLECTIVO.....	133
GRÁFICA 52. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.	134
GRÁFICA 53. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.	135
GRÁFICA 54. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO COÑEZAN O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.	135
GRÁFICA 55. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO XÉNERO E SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.....	136
GRÁFICA 56. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.	137
GRÁFICA 57. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO CONSIDEREN AXEITADO O CONVENIO COLECTIVO AO QUE SE ACOLLE A SÚA EMPRESA.	138
GRÁFICA 58. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO VALOREN DIFERENTES ASPECTOS RELATIVOS AO SEU ENTORNO DE TRABALLO.	144
GRÁFICA 59 . DISTRIBUCIÓN DA MOSTRA DE ENQUISADOS SEGUNDO RECOÑEZAN TER SENTIDO GAÑAS DE CAMBIAR DE PROFESIÓN.....	145
GRÁFICA 60. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEGUNDO VALOREN COMO MOI OU BASTANTE POSITIVO OS SEGUINTE ASPECTOS RELATIVOS AO ENTORNO DE TRABALLO.	147
GRÁFICA 61. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO VALOREN COMO MOI OU BASTANTE POSITIVO OS SEGUINTE ASPECTOS RELATIVOS AO ENTORNO DE TRABALLO.	149
GRÁFICA 62. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DE XÉNERO NA SÚA EMPRESA OU NOUTRAS EMPRESAS.....	152
GRÁFICA 63. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NA SÚA EMPRESA.	153
GRÁFICA 64. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIOS E SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER CASOS DE DISCRIMINACIÓN EN FUNCIÓN DO XÉNERO NOUTRAS EMPRESAS.	155
GRÁFICA 65. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MEDIO E SEGUNDO CONSIDEREN QUE NO SEU MEDIO SE DAN “OCASIONALMENTE” OU “NUNCA” ESTAS CIRCUNSTANCIAS.....	159
GRÁFICA 66. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS SEGUNDO MANIFESTEN COÑECER ÁS SEGUINTE ENTIDADES.	161
GRÁFICA 67. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS QUE ESTÁN INSCRITAS NO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS E TEÑEN PARTICIPADO NOS SEUS SERVIZOS E ACTIVIDADES OU NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES DO SINDICATO DE XORNALISTAS.	166
GRÁFICA 68. DISTRIBUCIÓN DAS PERSOAS ENQUISADAS QUE ESTÁN AFILIADAS AO SINDICATO DE XORNALISTAS E TEÑEN PARTICIPADO NOS SEUS SERVIZOS E ACTIVIDADES OU NOS SERVIZOS E ACTIVIDADES DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS.	166
GRÁFICA 69. VALORACIÓN DA CALIDADE DOS SERVIZOS DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA. DATOS EN MEDIAS.....	170
GRÁFICA 70. VALORACIÓN DA CALIDADE DOS SERVIZOS DO SINDICATO DE XORNALISTAS DE GALICIA. DATOS EN MEDIAS.....	171

3 Introducción

No presente apartado realízase unha descrición dos datos recollidos a través da enquisa a profesionais en activo.

Os datos recabados foron depurados e tratados agregadamente. Neste informe serán presentados a través de diferentes dimensións de análise; que identifican aspectos relacionados co desempeño laboral dos e das xornalistas, así como co contexto organizativo no que este se enmarca.

En concreto, os epígrafes contemplados son os seguintes.

- Caracterización sociodemográfica básica da mostra de persoas enquisadas.
- Descrición das condicións que caracterizan a súa situación laboral.
- Descrición das condicións nas que se realiza o desempeño profesional.
- Existencia dun marco de regulación na empresa.
- Valoración xeral do entorno de traballo.
- Coñecemento de casos de discriminación de xénero.
- Valoración da realidade do sector da comunicación.
- Grao de coñecemento e participación no ámbito dos axentes que vertebran o sector.
- Datos e valoracións dos servizos do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e do Sindicato de Xornalistas de Galicia.

4 Ficha Técnica da Enquisa

Universo: Está configurado polos e polas xornalistas inscritos/as no Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e no Sindicato de Xornalistas de Galicia. O seu número global ascende a 1.232 persoas. Deste número global hai que descartar a aquelas persoas que non teñen correo electrónico ou teléfono particular; como resultado desta operación o número final é de 1.202 persoas.

Tipo de entrevista: Empregáronse dous métodos: autocumprimentada por vía web e telefónica asistida por ordenador.

Tamaño da mostra: 536 entrevistas, 218 a través de cuestionario autocumprimentado vía web e 218 por vía telefónica.

Tipo de mostra: Para a enquisa autocumprimentada o único criterio esixible era figurar nos rexistros das bases de datos do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia ou do Sindicato de Xornalistas de Galicia.

Unha vez finalizada a enquisa autocumprimentada, procedeuse a realizar unha enquisa telefónica para acadar un maior número de informantes e garantir unha representatividade estatística. O sistema empregado foi polietápico. Nunha primeira fase realizouse unha distribución proporcional da mostra en función do cruce de tres variables: idade, xénero e provincia de residencia. Posteriormente, a selección dos individuos foi realizada de xeito aleatorio.

Erro da mostra: No suposto dunha mostraxe aleatoria simple, baixo a hipótese xeral máis desfavorable ($p=q=0,5$) e cun nivel de confianza do 95,5% (2 sigmas), o erro máximo admitido no cálculo dunha magnitude absoluta é de $\pm 3,2\%$.

Traballo de campo: A enquisa autocumprimentada vía web realizouse durante o período comprendido entre o 3 de outubro ao 14 de novembro de 2008. A enquisa telefónica tivo lugar entre o 20 de novembro e o 11 de decembro de 2008.

Depuración da mostra: A través dos datos de identificación das bases de datos, direccións IP e preguntas de control, efectuouse unha depuración para evitar duplicidades de rexistros. Tamén se efectuaron comprobacións informáticas para asegurar a consistencia e validez da información recollida.

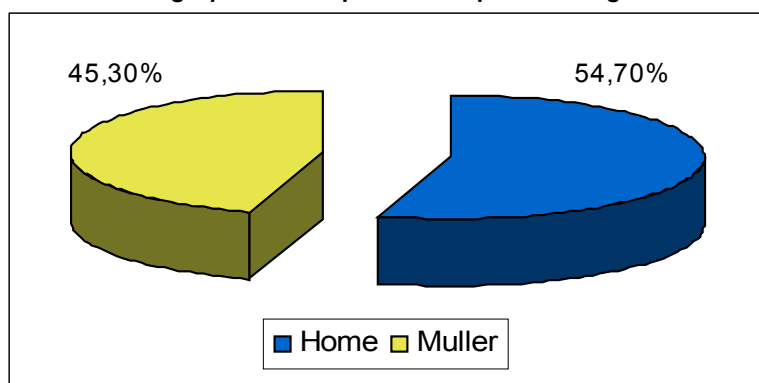
Análise da mostra: Para elaborar as tabulacións e análise estatística empregouse o paquete estatístico SPSS 13.0.

5 Caracterización sociodemográfica básica da mostra de persoas enquisadas

5.1 Perfil relativo a xénero, idade, titulación e entidade a través da que se cumprimenta o cuestionario.

O total de persoas que responderon a esta enquisa foi de 536, das que un 54,7% eran homes (293 casos) e un 45,3% mulleres (243 casos).

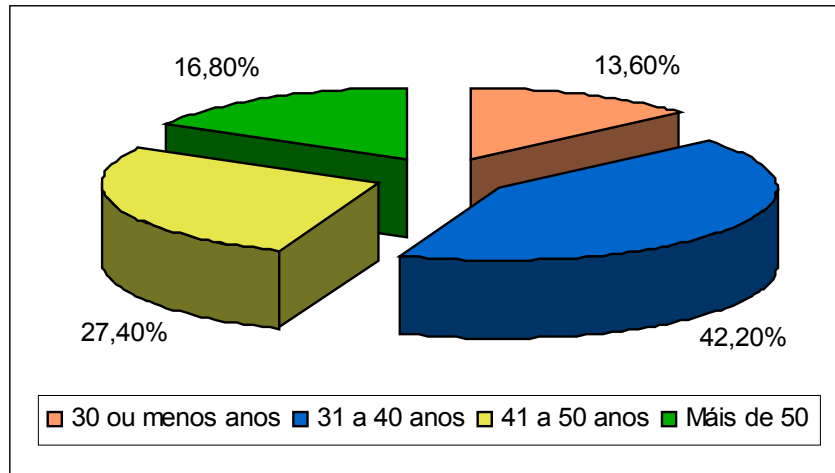
Gráfica 1. Agrupación das persoas enquisadas segundo sexo.



A idade media destas persoas sitúase nos 40 anos. Unha distribución desta casuística en diferentes grupos de idade contribuirá a facilitar o exame desta cuestión. Tomarase como referencia a categorización realizada no informe “a situación laboral dos xornalistas galegos” editado polo Colexio Profesional de Xornalistas no ano 2002.

Deste xeito, constátase que máis da metade da mostra enquisada está situada por baixo dos 41 anos. O grupo “31 a 40 anos” é o máis numeroso, seguido polo formado polas persoas entre “41 a 50 anos”.

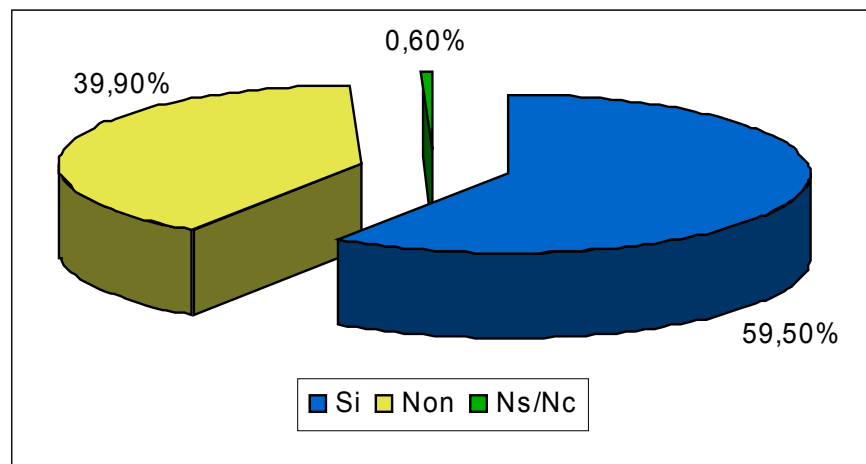
Gráfica 2. Agrupación das persoas enquisadas segundo grupos de idade.



As persoas que responderon á enquisa localízanse maioritariamente nas provincias de A Coruña e Pontevedra (59% e 24,5%, respectivamente). Os restantes casos distribúense entre as de Lugo (8,2%), Ourense (4,5%) e noutros ámbitos territoriais, 3,5%.

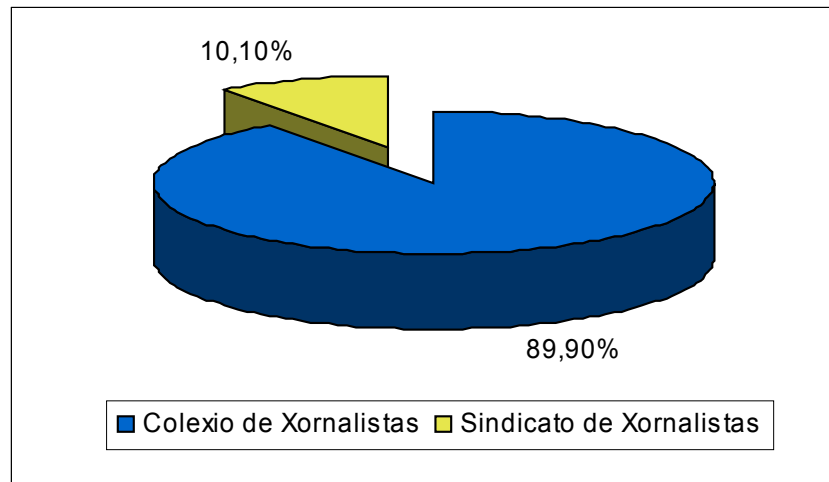
Aínda que o caso máis frecuente é que estas persoas teñan a licenciatura de xornalismo, destaca que ate un 39,9% declare non estar nesta circunstancia.

Gráfica 3. Distribución das persoas enquisadas segundo teñan ou non a licenciatura de xornalismo.



Dicir, por último, que un 90% da mostra (482 casos) cumprimentou o cuestionario de enquisa en calidade de membro do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia; mentres que o 10% restante (54 casos) o fixo en calidade de afiliado ao Sindicato de Xornalistas.

Gráfica 4. Distribución das persoas enquisadas segundo a entidade a través da que responde o cuestionario de enquisa.



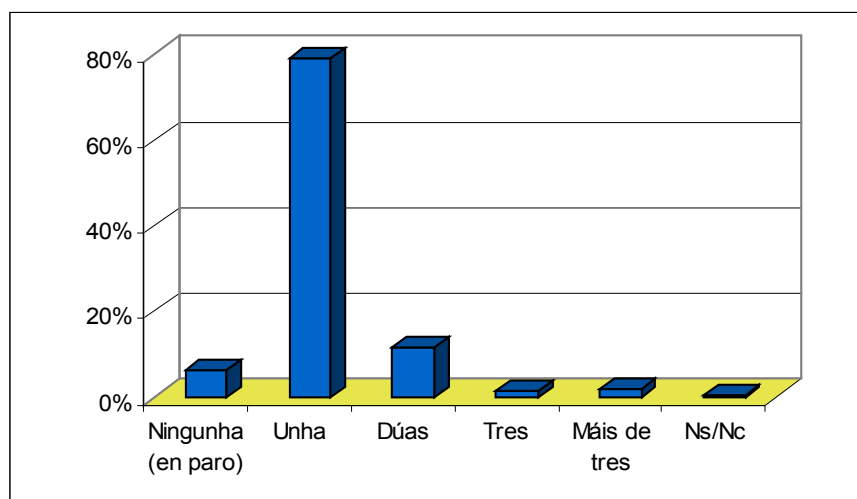
5.2 Perfil relativo ao medio e número de empresas nas que se realiza o traballo.

O caso máis frecuente é que os e as xornalistas desenvolvan o seu traballo nunha única empresa. Aínda así, cabe destacar que o pluriemprego é unha realidade para un destacable 15% da mostra. De igual xeito, sinalar que un 6,2% de casos declaran estar actualmente en paro.

Táboa 1. Distribución das persoas enquisadas segundo o número de empresas nas que traballa actualmente. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Ningunha (en paro)	33	6,2%
Unha	424	79,1%
Dúas	61	11,4%
Tres	7	1,3%
Máis de tres	10	1,9%
Ns/Nc	1	0,2%
Total	536	100,0%

Gráfica 5. Distribución das persoas enquisadas segundo o número de empresas nas que traballa actualmente.



Cabe destacar que a prensa é o sector no que desenvolve a súa actividade un maior número de xornalistas (30,6%), seguido da televisión (17,8%), dos gabinetes (15,5%) e da radio (14,5%). Estes sectores agrupan a un 78,4% do total de persoas que deron resposta a esta pregunta.

As persoas que sinalan a categoría “outros” atópanse no caso de traballar nun ámbito non directamente vinculado ao sector da comunicación, na Administración Pública ou de non estar traballando actualmente.

Táboa 2. Distribución das persoas enquisadas segundo o sector no que traballa principalmente. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	Porcentaxe
Prensa diaria	141	27,3%
Prensa non diaria	17	3,3%
Radio privada	42	8,1%
Radio pública	33	6,4%
Televisión privada	26	5,0%
Televisión pública	66	12,8%
Gabinete	80	15,5%
Axencia	11	2,1%
Docencia	10	1,9%
Medios electrónicos	13	2,5%
Autónomo	41	7,9%
Outros	36	7,0%
Total	516	100,0%
Ns/nc	20	
Total	536	

Entre as persoas que afirman traballar en máis dun sector, segue a ser a prensa o medio con maior peso, seguido da radio, a televisión, os gabinetes e o traballo como autónomo/a.

Táboa 3. Distribución das persoas enquisadas segundo outros sectores nos que traballa. Datos absolutos e en porcentaxe sobre total de casos nesta circunstancia.

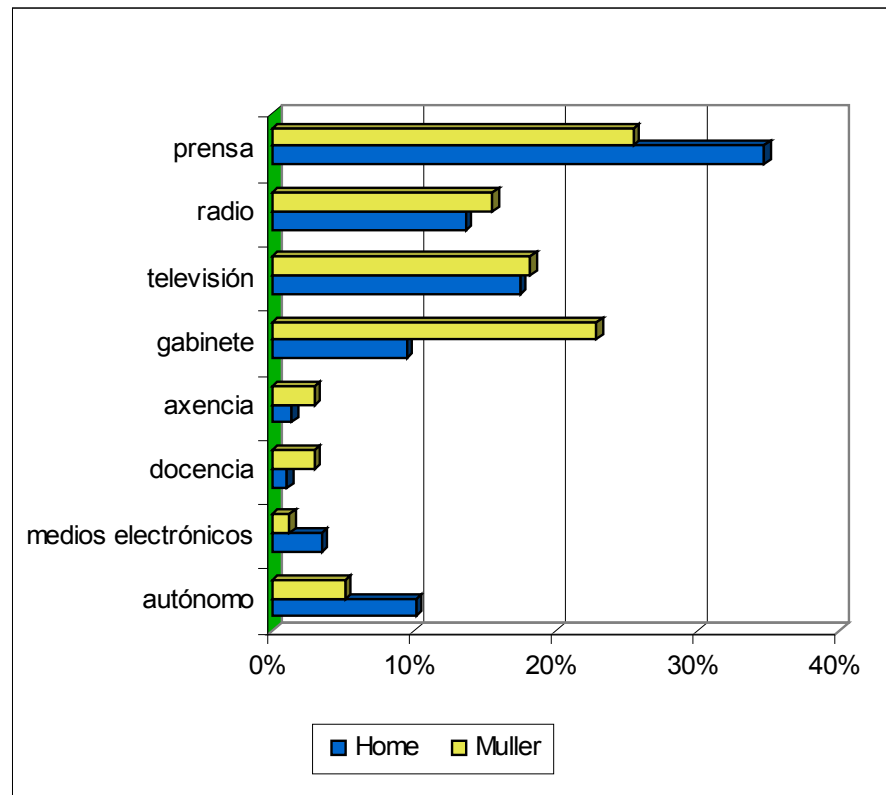
	Reconto casos afirmativos	Porcentaxe sobre total casos que traballaban en máis dun sector
prensa	46	45,5%
radio	16	15,8%
televisión	12	11,8%
gabinete	11	10,9%
axencia	4	4%
docencia	6	5,9%
medios electrónicos	8	7,9%
autónomo	12	11,8%
ns/nc	8	7,9%

Ao respecto das diferencias que poden existir en función do xénero, cabe salientar que entre os homes ten unha presenza maior o traballo na prensa; mentres que nas mulleres ten unha incidencia significativa o traballo nos gabinetes.

Táboa 4. Distribución das persoas enquisadas segundo o xénero e o medio principal no que traballan. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Home	Muller
prensa	34,7%	25,5%
radio	13,7%	15,6%
televisión	17,5%	18,2%
gabinetes	9,5%	22,9%
axencias	1,4%	3,0%
docencia	1,1%	3,0%
medios electrónicos	3,5%	1,3%
autónomos	10,2%	5,2%
Total	100,0%	100,0%

Gráfica 6. Distribución das persoas enquisadas segundo o xénero e o medio no que traballan.

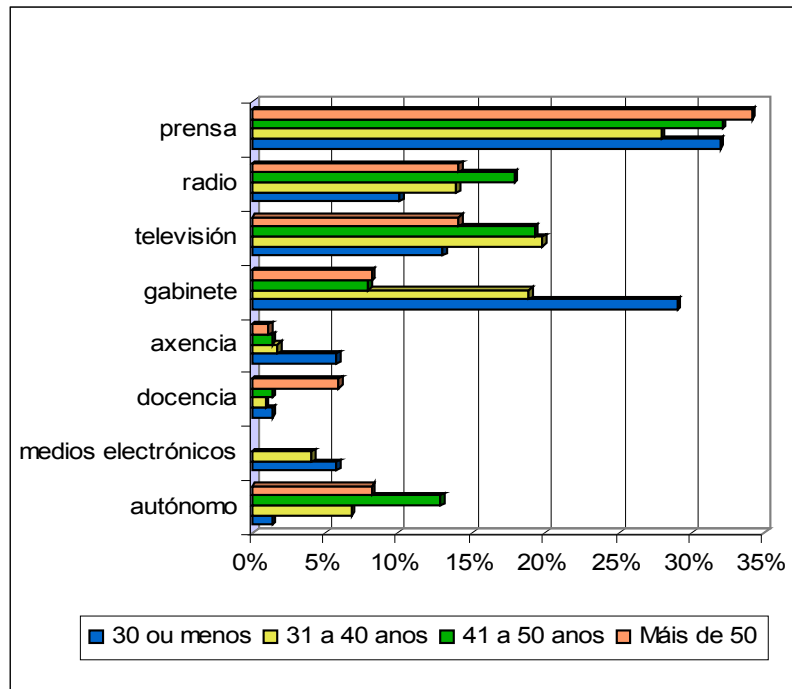


En función dos diferentes grupos de idade, cómpre destacar que canto máis novos son os e as xornalistas máis presenza ten o traballo no ámbito dos gabinetes; sendo menor o peso dos autónomos e as autónomas no grupo de 30 ou menos anos. Aínda que o traballo nos medios electrónicos ten unha presenza moi reducida na mostra enquisada, o que non permite confirmar tendencias para este grupo, cabe apuntar que incide sobre os e as xornalistas de 40 ou menos anos.

Táboa 5. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e medio no que traballan. Datos absolutos e en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
prensa	31,9%	27,9%	32,1%	34,1%
radio	10,1%	14,0%	17,9%	14,1%
televisión	13,0%	19,8%	19,3%	14,1%
gabinete	29,0%	18,9%	7,9%	8,2%
axencia	5,8%	1,8%	1,4%	1,2%
docencia	1,4%	0,9%	1,4%	5,9%
medios electrónicos	5,8%	4,1%		
autónomo	1,4%	6,8%	12,9%	8,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 7. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e medio no que traballan.



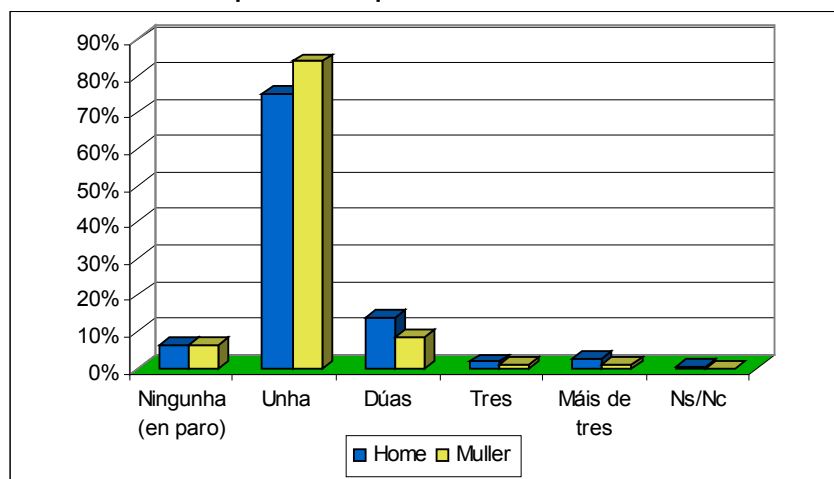
Doutra banda, tal e como pode apreciarse nas táboas que seguen, o pluriemprego é unha circunstancia que afecta nunha proporción algo maior aos homes, así como no tramo de idade entre os 31 e os 50 anos.

O paro ten unha presenza máis significativa no grupo de idade de “máis de 50”. Non se observan diferencias significativas a este respecto en función do xénero.

Táboa 6. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e o número de empresas nas que traballa actualmente. Datos en porcentaxes.

	Ningunha (en paro)	Unha	Dúas	Tres	Máis de tres	Ns/Nc	Total
Home	6,1%	75,1%	14,0%	1,7%	2,7%	0,3%	100%
Muller	6,2%	84,0%	8,2%	0,8%	0,8%		100%

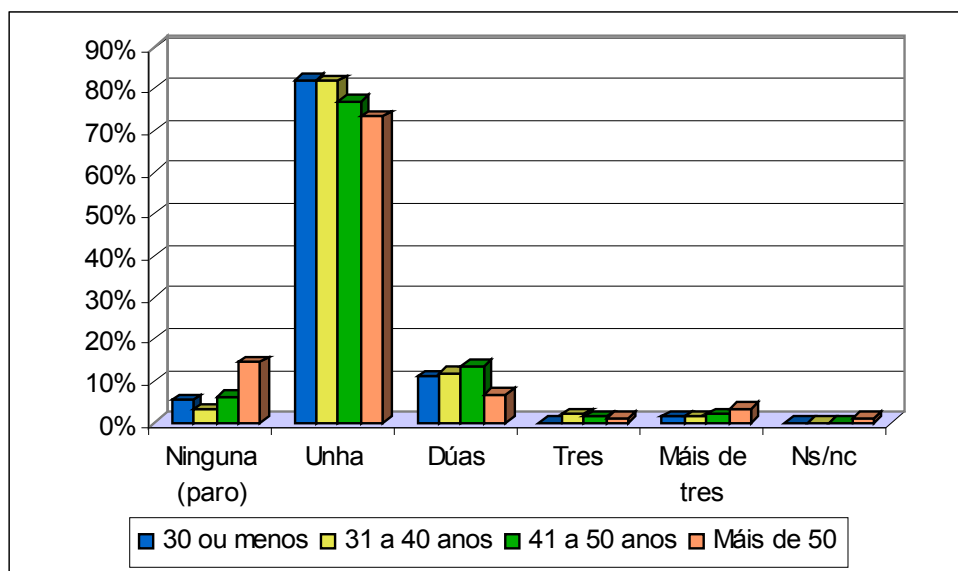
Gráfica 8. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e o número de empresas nas que traballa actualmente.



Táboa 7. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e número de empresas nas que traballa actualmente. Datos en porcentaxes.

	Ningu na (paro)	Unha	Dúas	Tres	Máis de tres	Ns/nc	Total
30 ou menos	5,5%	82,2%	11,0%	0,0%	1,4%	0,0%	100%
31 a 40 anos	3,1%	81,9%	11,9%	1,8%	1,3%	0,0%	100%
41 a 50 anos	6,1%	76,9%	13,6%	1,4%	2,0%	0,0%	100%
Máis de 50	14,4%	73,3%	6,7%	1,1%	3,3%	1,1%	100%

Gráfica 9. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e número de empresas nas que traballa actualmente.



6 Descrición das condicións que caracterizan a súa situación laboral

6.1 Definición do posto de traballo e tipo de contrato

Descrición xeral de datos:

O epígrafe baixo o que un maior número de xornalistas engloba o traballo que realiza é o de "redactor/redactora".

Táboa 8. Distribución das persoas enquisadas segundo o posto de traballo que desempeña actualmente. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	Porcentaxe
Auxiliar de redacción	3	0,6%
Cámara	3	0,6%
Colaborador / a	9	1,7%
Corresponsal	2	0,4%
Dirección	41	7,6%
Editor / a	16	3,0%
Fotógrafo / a	17	3,2%
Xefe / a de sección	45	8,4%
Locutor / a	24	4,5%
Redactor / a	243	45,3%
Presentador / a	9	1,7%
Redactor / a xefe	20	3,7%
Relacións públicas	4	0,7%
Reporteiro / a	7	1,3%
Outro	83	15,5%
Ns/Nc	10	1,9%
Total	536	100,0%

A este respecto, ten interese destacar que nos casos que traballan en xefaturas de sección, na edición ou como responsables de redacción, existe unha porcentaxe maioritaria de persoas que non foron contratadas para estas tarefas. En todo caso, esta circunstancia é xeral na maior parte das ocupacións contempladas, aínda que cunha incidencia menor. As excepcións veñen dadas no caso dos epígrafes “auxiliar de redacción”, “cámara”, “colaborador” e “corresponsal”.

Táboa 9. Xornalistas que desempeñan habitualmente o mesmo traballo para o que foron contratados. Datos en porcentaxes para cada posto.

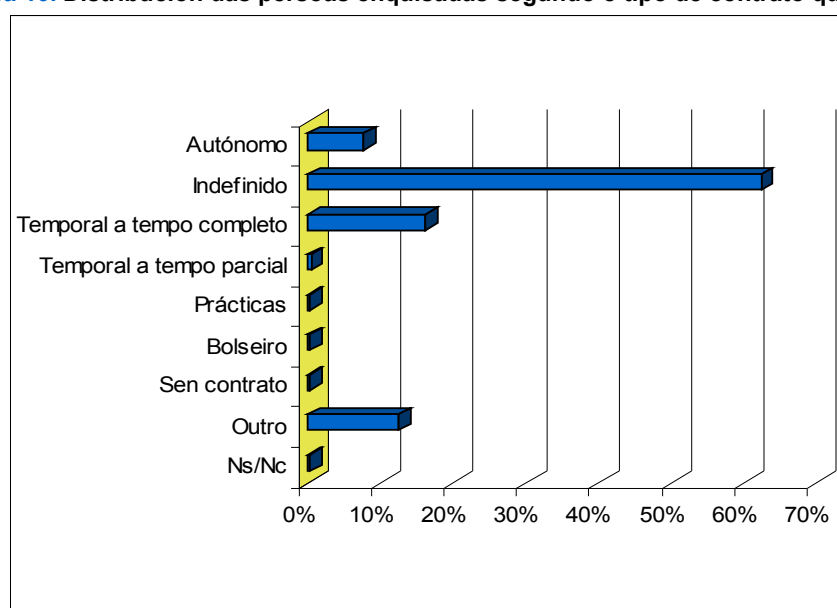
Posto na actualidade	Foi contratado para o mesmo posto
Auxiliar de redacción	100%
Cámara	100%
Colaborador/a	100%
Corresponsal	100%
Deseñador/a gráfico/a	0%
Dirección	82,9%
Editor/a	31,3%
Fotógrafo/a	76,5%
Xefe/a de sección	51%
Locutor/a	87,5%
Redactor/a	88,5%
Presentador/a	77,8%
Programador/a	0%
Redactor/a xefe	45%
Relacións Públicas	75%
Reporteiro/a	71,4%
Sen contrato	0%

O caso máis frecuente é que o traballo se realice nun marco de contratación indefinida, aínda que teñen un peso porcentual significativo aqueles casos que afirman ter un contrato temporal a tempo completo.

Táboa 10. Distribución das persoas enquisadas segundo o tipo de contrato que teñen. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	Porcentaxe
Autónomo	41	7,6%
Indefinido	335	62,5%
Temporal a tempo completo	87	16,2%
Temporal a tempo parcial	2	0,4%
Prácticas	1	0,2%
Bolseiro	1	0,2%
Sen contrato	1	0,2%
Outro	67	12,5%
Ns/Nc	1	0,2%
Total	536	100,0%

Gráfica 10. Distribución das persoas enquisadas segundo o tipo de contrato que teñen.



As restantes figuras contractuais contempladas no cuestionario de enquisa teñen unha relevancia estatística menor.

Os/as que declaran explicitamente estar nunha situación de maior precariedade supoñen un 4% da mostra total (prácticas, bolseiros, sen contrato, e no epígrafe "outros", contratos por obra, artísticos ou de colaboración). Aínda que non o clarifican, os casos que restan no epígrafe "outros" poderían ocultar unha porcentaxe maior de persoas nesta situación.

Ao estar referidos a unha mostra de persoas colexiadas ou sindicadas, estes datos deberán ser especificamente contrastados coa información que achegue, en páxinas posteriores, a análise ocupacional (Dispositivo III).

Detalle segundo perfís de referencia.

A frecuencia coa que se manifestan os diferentes tipos de contrato contemplados varía segundo cal sexa o medio que se tome de referencia. Cómpre incidir, neste sentido, en que a televisión e os gabinetes deben ser destacados polo peso que teñen entre os e as xornalistas os contratos temporais a tempo completo.

Táboa 11. Distribución das persoas enquisadas segundo o tipo de contrato que teñen e segundo o medio. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Autónomo								100,0%
Indefinido	90,5%	80,0%	56,5%	53,8%	81,8%	80,0%	100,0%	
Temporal a tempo completo	4,4%	12,0%	34,8%	38,8%	18,2%	20,0%		
Temporal a tempo parcial				1,3%				
Prácticas		1,3%						
Bolseiro								
Sen contrato		1,3%						
Outro	5,1%	5,3%	8,7%	5,0%				
Ns/Nc				1,3%				
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A contratación temporal a tempo completo incide dun xeito máis directo sobre as mulleres que sobre os homes. Por contra, entre estes ten unha presenza lixeiramente maior o feito de ser autónomo e a contratación indefinida.

Táboa 12. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e tipo de contrato. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Autónomo	9,9%	4,9%
Indefinido	65,5%	58,8%
Temporal a tempo completo	11,9%	21,4%
Temporal a tempo parcial	0,3%	0,4%
Prácticas		0,4%
Bolseiro		0,4%
Sen contrato	0,3%	
Outro	11,9%	13,2%
Ns/Nc		0,4%
Total	100,0%	100,0%

En boa lóxica, conséntase que as persoas con 30 ou menos anos amosan unha menor presenza da contratación indefinida, ao tempo que un peso moi destacado da temporal a tempo completo.

Táboa 13. Distribución das persoas enquisadas por grupos de idade e tipo de contrato. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Autónomo	1,4%	6,6%	12,2%	7,8%
Indefinido	47,9%	61,1%	69,4%	66,7%
Temporal a tempo completo	38,4%	21,2%	4,1%	5,6%
Temporal a tempo parcial	1,4%		0,7%	
Prácticas	1,4%			
Bolseiro		0,4%		
Sen contrato			0,7%	
Outro	8,2%	10,6%	12,9%	20,0%
Ns/Nc	1,4%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Atendendo agora á distribución por xénero da relación de postos de traballo contemplada na enquisa, cómpre incidir no feito de que nos campos "auxiliar de redacción" "cámara", "colaborador/a", "dirección", "fotógrafo/a", "locutor/a", "redactor/a xefe/a" e "reporteiro/a" os homes teñan unha presenza máis relevante senón predominante. As mulleres amosan un claro predomino no epígrafe "relacións públicas". En todo caso, lembrar que en moitos destes epígrafes o número de casos recollido non permite establecer esta cuestión como tendencia.

Táboa 14. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e posto desempeñado habitualmente. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller	Total
Auxiliar de redacción	100,0%		100,0%
Cámara	100,0%		100,0%
Colaborador/a	88,9%	11,1%	100,0%
Corresponsal	50,0%	50,0%	100,0%
Dirección	68,3%	31,7%	100,0%
Editor/a	50,0%	50,0%	100,0%
Fotógrafo/a	82,4%	17,6%	100,0%
Xefe/a de sección	48,9%	51,1%	100,0%
Locutor/a	58,3%	41,7%	100,0%
Redactor/a	47,3%	52,7%	100,0%
Presentador/a	44,4%	55,6%	100,0%
Redactor/a xefe/a	85,0%	15,0%	100,0%
Relacións públicas	25,0%	75,0%	100,0%
Reporteiro/a	85,7%	14,3%	100,0%
Outro	54,2%	45,8%	100,0%
Ns/Nc	40,0%	60,0%	100,0%

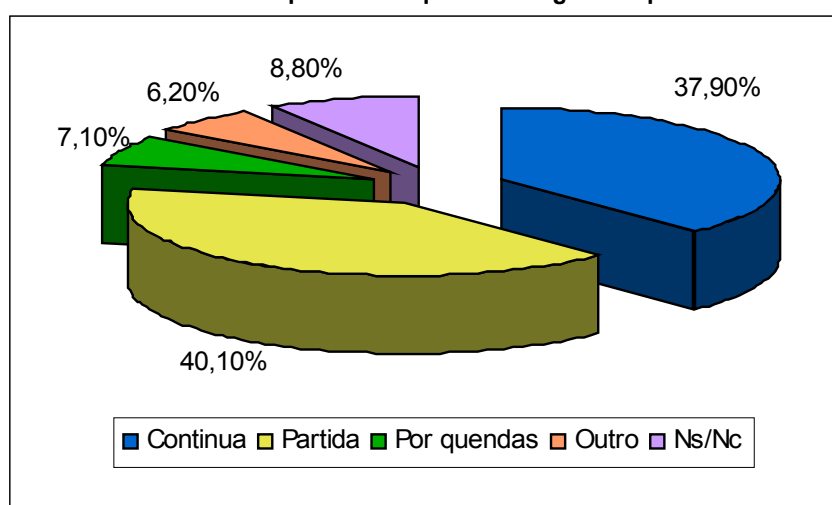
6.2 Xornada laboral e tempo traballado no mes.

A situación máis común entre os e as xornalistas é que a duración e horarios da xornada laboral sexan, de entrada, predefinidos, tendo unha presenza similar os formatos de xornada partida e continua. Cómpre destacar que aproximadamente 5 de cada 10 casos que responden "outros" indican que teñen un horario absolutamente flexible ou a disposición da empresa.

Táboa 15. Distribución das persoas enquisadas segundo tipo de xornada laboral. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	Porcentaxe
Continua	203	37,9%
Partida	215	40,1%
Por quendas	38	7,1%
Outro	33	6,2%
Ns/Nc	47	8,8%
Total	536	100,0%

Gráfica 11. Distribución das persoas enquisadas segundo tipo de xornada laboral



Outra cousa é, en todo caso, o montante total de horas que se declara traballar finalmente.

Neste sentido, destacar en primeiro lugar que o promedio de horas de traballo declaradas nun día habitual sitúase en 8,2; e que o promedio de días traballados nun mes sitúase en 22,3.

O caso máis frecuente é realizar unha xornada laboral de 7 ou 8 horas (55,2% da mostra), tendo unha presenza significativa os e as xornalistas que sinalan traballar máis horas ao día.

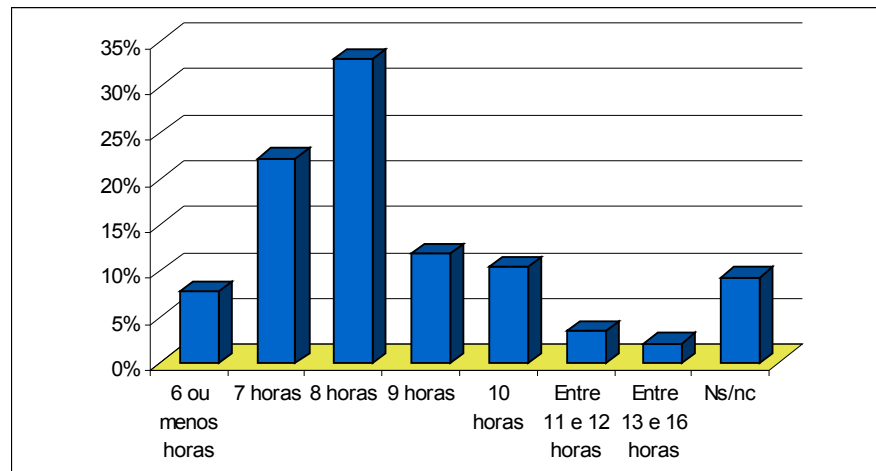
De igual xeito, cabe destacar a circunstancia de que ata un 36,6% destes e destas profesionais sinala traballar de 23 a 26 días ao mes; o que implica manter unha actividade máis ou menos continua na fin de semana.

Nunha situación máis extrema atópanse os poucos casos nos que se declara traballar máis de 27 días ao mes.

Táboa 16. Distribución das persoas enquisadas segundo o total de horas habituais de traballo ao día. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
6 ou menos horas	42	7,8%
7 horas	119	22,2%
8 horas	177	33,0%
9 horas	63	11,8%
10 horas	56	10,4%
Entre 11 e 12 horas	18	3,4%
Entre 13 e 16 horas	11	2,1%
Ns/nc	50	9,3%
Total	536	100,0%

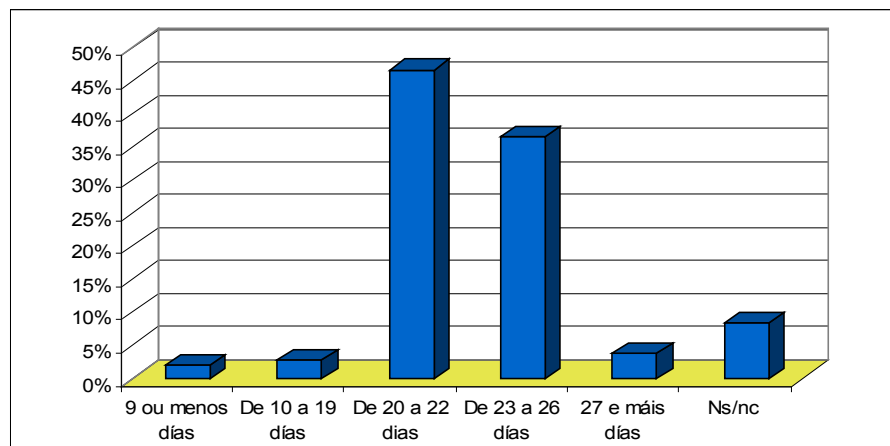
Gráfica 12. Distribución das persoas enquisadas segundo o total de horas habituais de traballo ao día



Táboa 17. Distribución das persoas enquisadas segundo o total de días de traballo nun mes habitual. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
9 ou menos días	10	1,9%
De 10 a 19 días	15	2,8%
De 20 a 22 días	250	46,6%
De 23 a 26 días	196	36,6%
27 e máis días	20	3,7%
Ns/nc	45	8,4%
Total	536	100,0%

Gráfica 13. Distribución das persoas enquisadas segundo o total de días de traballo nun mes habitual.



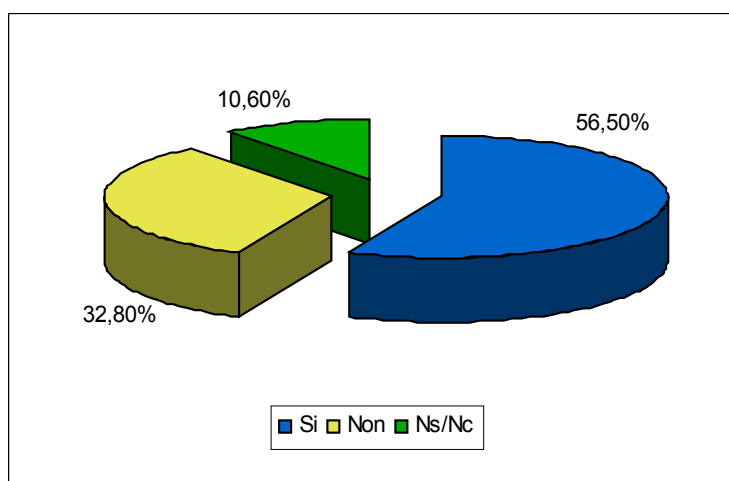
Non sorprende, por tanto, que máis da metade dos e das xornalistas afirme realizar habitualmente horas extras no seu traballo. En boa lóxica, nesta porcentaxe poden estar incluídos aqueles casos que teñen unha incidencia máis esporádica e que, polo tanto, non se visualizaban no cómputo recollido anteriormente.

A este respecto, cómpre destacar que son poucos os casos que declaran recibir compensación por estas horas.

Táboa 18. Distribución das persoas enquisadas segundo se realicen habitualmente horas extras. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	303	56,5%
Non	176	32,8%
Ns/Nc	57	10,6%
Total	536	100,0%

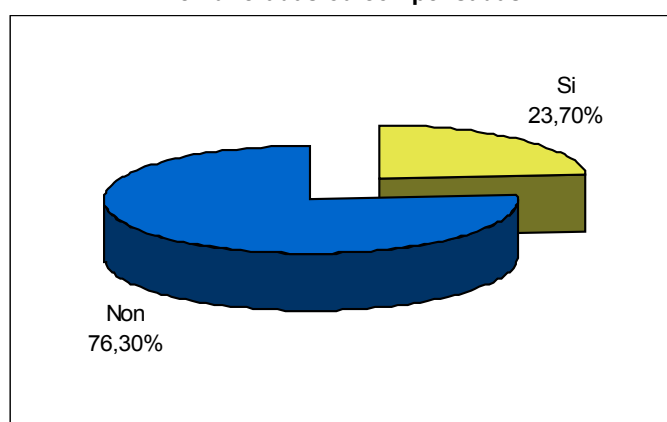
Gráfica 14. Distribución das persoas enquisadas segundo se realicen habitualmente horas extras



Táboa 19. Distribución das persoas que realizan horas extras segundo sexan remuneradas ou compensadas. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	72	23,7%
Non	231	76,3%
Total	303	100,0%

Gráfica 15. Distribución das persoas que realizan horas extras segundo sexan remuneradas ou compensadas



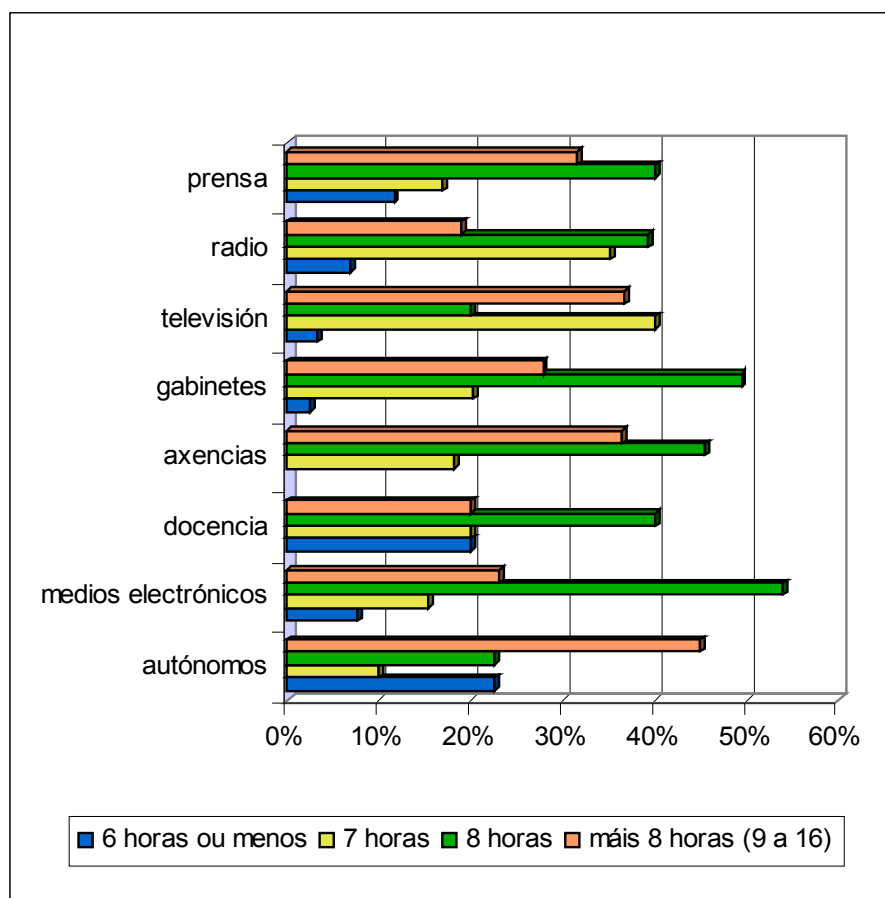
Detalle segundo perfís de referencia.

Destacaremos, de entrada, que é entre os autónomos e autónomas, na prensa e nos gabinetes onde se rexistra unha maior porcentaxe de casos que afirman traballar máis de 8 horas ao día e máis de 22 días ao mes. A televisión destaca tamén para a primeira circunstancia. Nesta liña, na prensa e nos gabinetes ten un peso moi relevante a porcentaxe de persoas que declara realizar horas extraordinarias. Cabe destacar que entre as persoas que declaran traballar nas axencias e nos medios electrónicos é tamén moi frecuente sobrepasar a xornada laboral; aínda que ao ter un peso estatístico moi reducido sobre o conxunto da mostra non é posible establecer esta circunstancia como unha tendencia clara nestes medios.

Táboa 20. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e horas de traballo nun día habitual. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
6 horas ou menos	11,6%	6,8%	3,3%	2,5%		20,0%	7,7%	22,5%
7 horas	16,8%	35,1%	40,0%	20,3%	18,2%	20,0%	15,4%	10,0%
8 horas	40,0%	39,2%	20,0%	49,4%	45,5%	40,0%	53,8%	22,5%
máis 8 horas (9 a 16)	31,6%	18,9%	36,7%	27,8%	36,4%	20,0%	23,1%	45,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

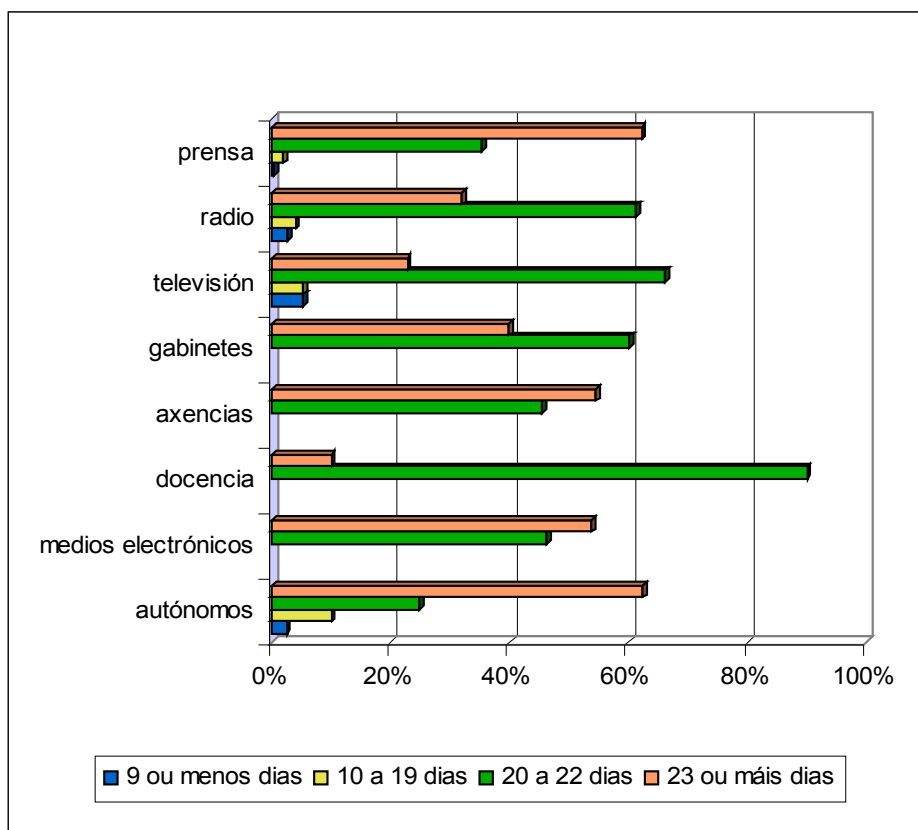
Gráfica 16. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e horas de traballo nun día habitual.



Táboa 21. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e días de traballo nun mes habitual. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
9 ou menos días	0,6%	2,7%	5,4%					2,5%
10 a 19 días	1,9%	4,0%	5,4%					10,0%
20 a 22 días	35,3%	61,3%	66,3%	60,0%	45,5%	90,0%	46,2%	25,0%
23 ou máis días	62,2%	32,0%	22,8%	40,0%	54,5%	10,0%	53,8%	62,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

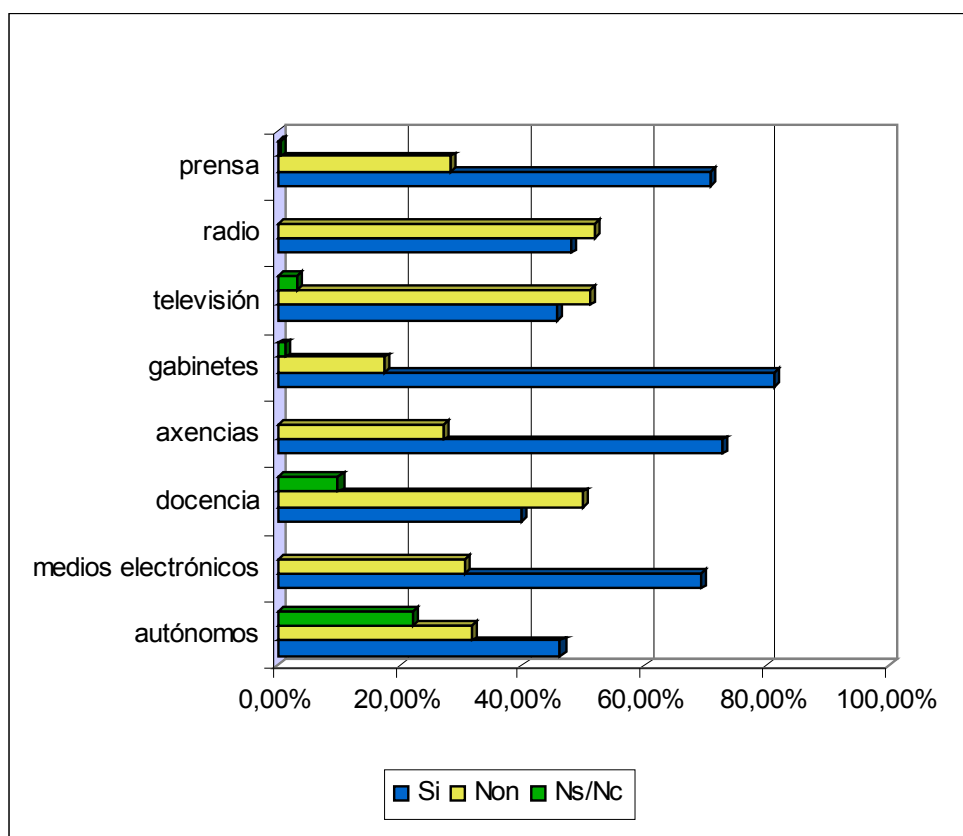
Gráfica 17. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e días de traballo nun mes habitual.



Táboa 22. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e realización de horas extraordinarias. Datos en porcentaxes.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	70,9%	48,0%	45,7%	81,3%	72,7%	40,0%	69,2%	46,3%
Non	28,5%	52,0%	51,1%	17,5%	27,3%	50,0%	30,8%	31,7%
Ns/Nc	0,6%		3,3%	1,3%		10,0%		22,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 18. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e realización de horas extraordinarias.

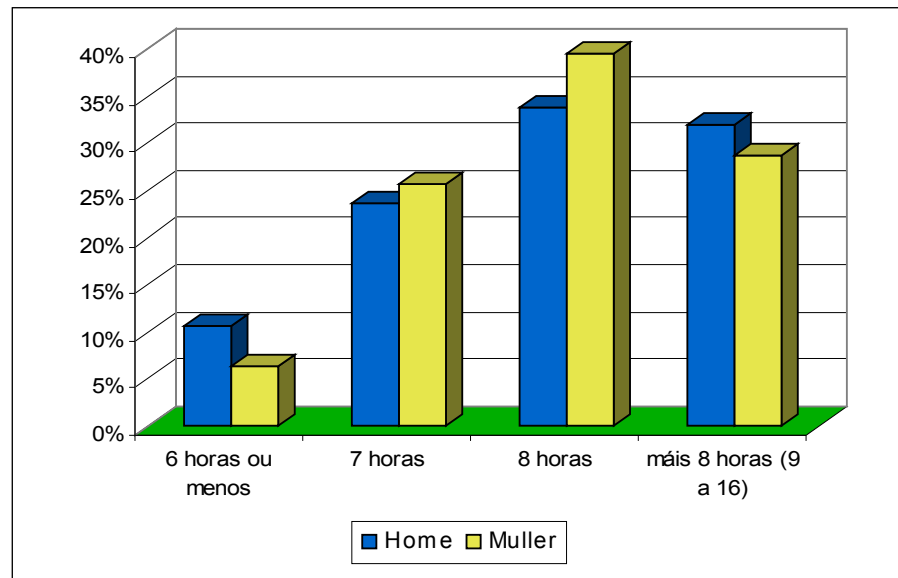


Atendendo ao xénero, destacar que o feito de traballar máis de 22 días ao mes ten unha maior incidencia entre os homes. Entre as mulleres hai unha maior proporción de casos que manifesta realizar horas extraordinarias.

Táboa 23. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e horas de traballo nun día habitual. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
6 horas ou menos	10,6%	6,3%
7 horas	23,6%	25,6%
8 horas	33,8%	39,5%
máis 8 horas (9 a 16)	31,9%	28,7%
Total	100,0%	100,0%

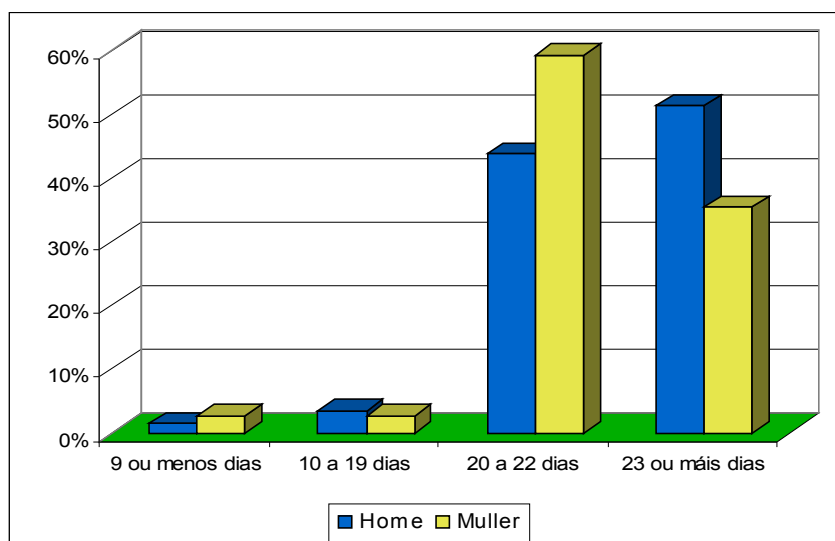
Gráfica 19. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e horas de traballo nun día habitual.



Táboa 24. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e días de traballo nun mes habitual. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
9 ou menos días	1,5%	2,7%
10 a 19 días	3,4%	2,7%
20 a 22 días	43,8%	59,3%
23 ou máis días	51,3%	35,4%
Total	100,0%	100,0%

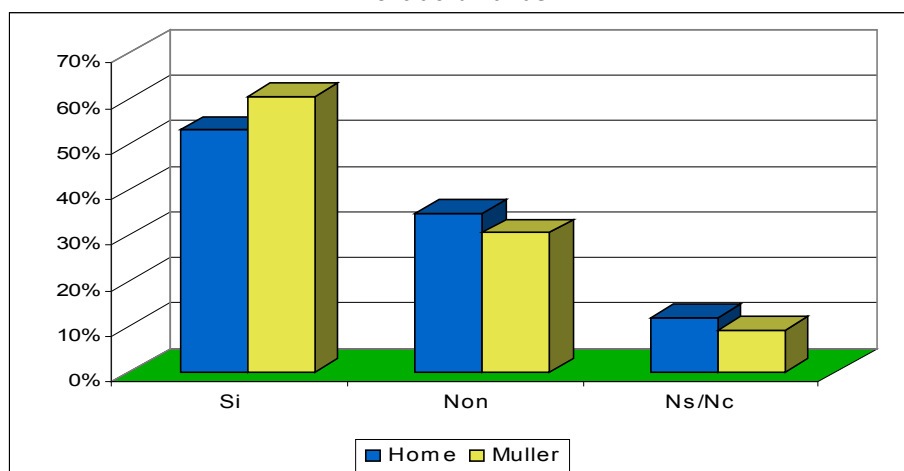
Gráfica 20. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e días de traballo nun mes habitual.



Táboa 25. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e realización de horas extraordinarias. Datos en porcentaxes.

	Home	Muller
Si	53,2%	60,5%
Non	34,8%	30,5%
Ns/Nc	11,9%	9,1%
Total	100,0%	100,0%

Gráfica 21. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e realización de horas extraordinarias.

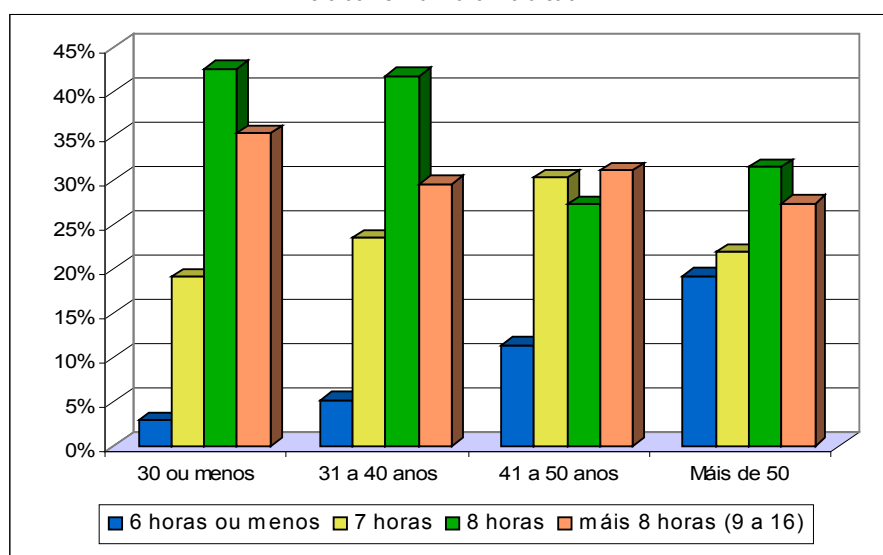


Atendendo, por último, ás diferencias existentes en función da idade, salienta que nos grupos de maior idade, especialmente os e as maiores de 50 anos, é máis frecuente o traballar máis de 22 días no mes. Por contra, entre os e as xornalistas que teñen 30 ou menos anos é lixeiramente superior a situación de traballar máis de 8 horas habitualmente. A acumulación de horas de traballo sería maior, en definitiva, canto menor é a idade, por canto son os casos que manifestan en maior medida a realización de horas extraordinarias.

Táboa 26. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e horas de traballo nun día habitual. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
6 horas ou menos	2,9%	5,2%	11,4%	19,2%
7 horas	19,1%	23,5%	30,3%	21,9%
8 horas	42,6%	41,8%	27,3%	31,5%
máis 8 horas (9 a 16)	35,3%	29,6%	31,1%	27,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

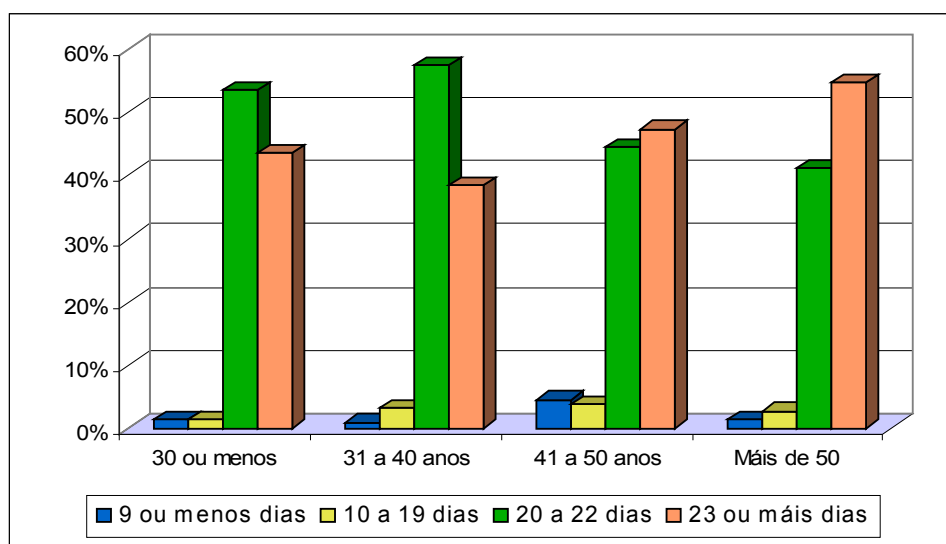
Gráfica 22. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e horas de traballo nun día habitual.



Táboa 27. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e días de traballo nun mes habitual. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
9 ou menos días	1,4%	0,9%	4,5%	1,4%
10 a 19 días	1,4%	3,2%	3,8%	2,7%
20 a 22 días	53,6%	57,4%	44,4%	41,1%
23 ou máis días	43,5%	38,4%	47,4%	54,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

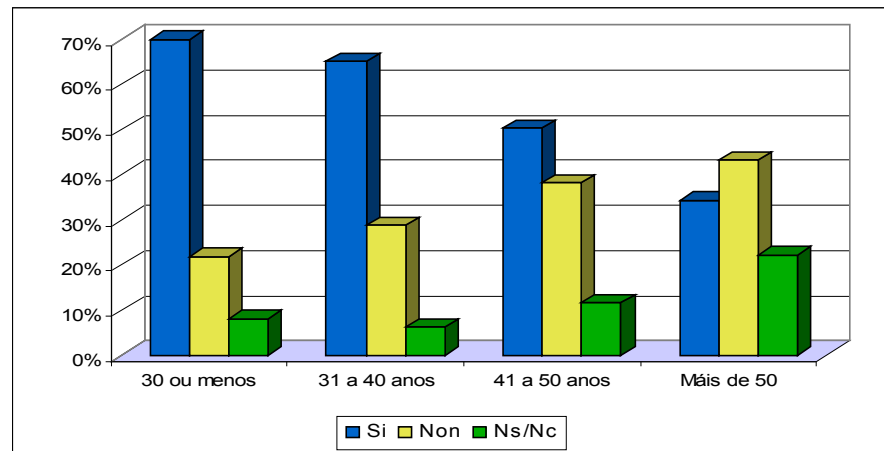
Gráfica 23. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e días de traballo nun mes habitual.



Táboa 28. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e realización de horas extraordinarias. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	69,9%	65,0%	50,3%	34,4%
Non	21,9%	28,8%	38,1%	43,3%
Ns/Nc	8,2%	6,2%	11,6%	22,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 24. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e realización de horas extraordinarias.



6.3 Nivel retributivo

Descrición xeral de datos.

No que toca ao nivel de retribución, salienta que non todas as persoas enquisadas responderon a esta pregunta, situándose a porcentaxe de resposta no 69,4% da mostra (372 casos). A partir dos datos recabados, é posible situar o salario neto mensual medio destes e destas profesionais en 1.499 €. Dado que a media de horas traballadas ao mes era de 183 horas, dedúcese que, en promedio, cada hora de traballo ten unha retribución neta de 8,2 €.

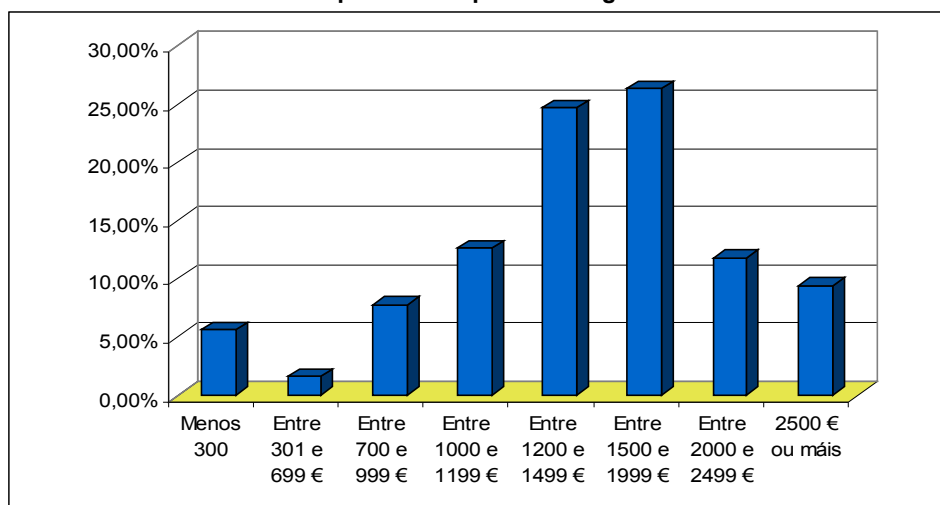
O feito de que as persoas enquisadas o foran na súa maior parte a través do Colexio de Xornalistas podería estar a introducir un sesgo á alza nos promedios salariais recollidos (maior peso dos grupos de idade superior e dos casos con maior asentamento profesional).

En todo caso, cómpre agora visualizar de que xeito se distribúe esta mostra segundo rangos de retribución mensual, constatando a disparidade de casuísticas presentes.

Táboa 29. Distribución das persoas enquisadas segundo o salario neto mensual. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	Porcentaxe sobre as persoas que responderon
Menos 300	21	5,6%
Entre 301 e 699 €	6	1,6%
Entre 700 e 999 €	29	7,8%
Entre 1000 e 1199 €	47	12,6%
Entre 1200 e 1499 €	92	24,7%
Entre 1500 e 1999 €	98	26,3%
Entre 2000 e 2499 €	44	11,8%
2500 € ou máis	35	9,4%
Total	372	100,0%

Gráfica 25. Distribución das persoas enquisadas segundo o salario neto mensual.



O 51% dos e das xornalistas que responderon a esta cuestión perciben un salario mensual situado entre os 1.200 e 1.999 € netos. Nas franxas contiguas sitúanse un 12,6% que se move entre os 1.000 e os 1.199 €, e un 11,8% que o fai entre os 2.000 e os 2.499 €. Quedan agrupados, deste xeito, un 75,4% dos casos contemplados.

En todo caso, cómpre salientar que un 15% destes e destas xornalistas ten unha retribución mensual inferior aos 1000 € (27,6% por baixo dos 1200 €). Cabe pensar que unha parte da porcentaxe de non resposta podería ocultar situacións de baixa retribución ou de infrasalario.

Detalle segundo perfís de relevancia.

Salientar, de entrada, que a retribución mensual media é maior entre os homes que entre as mulleres.

O mesmo acontece entre as persoas máis novas, xa que a medida que ascende a idade hai unha tendencia a incrementar o nivel de retribución.

Táboa 30. Promedios para a retribución mensual neta segundo xénero.

P1	N	Media	Desv. típ.
Home	196	1.615,54 €	811,26 €
Muller	176	1.370,15 €	607,77 €
Total	372	1.499,44 €	731,58 €

Táboa 31. Promedios para a retribución mensual neta segundo grupos de idade.

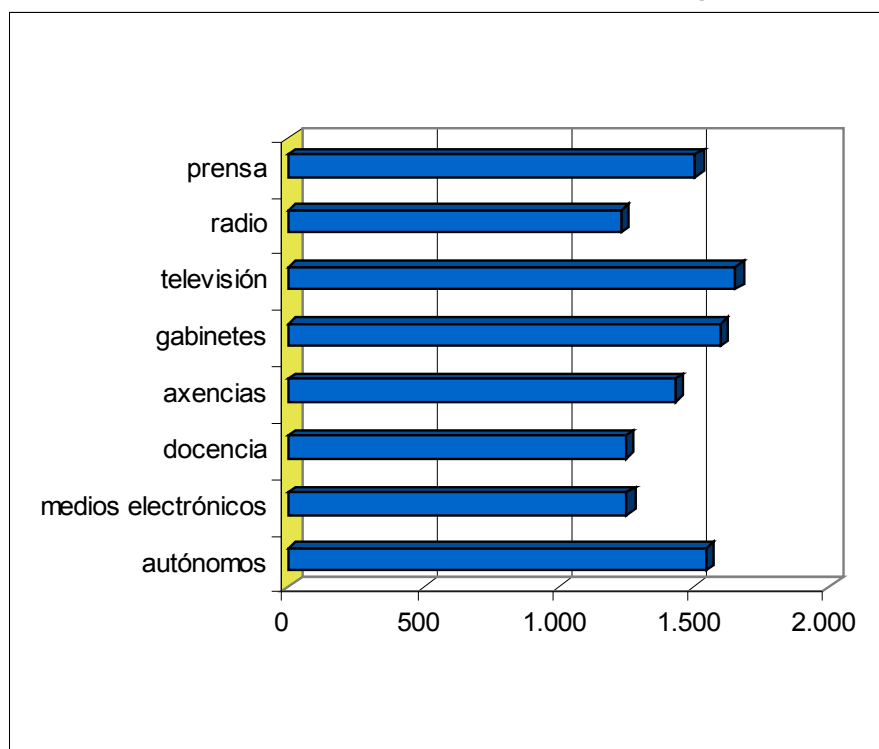
	N	Media	Desv. típ.
30 ou menos	54	1.258,09 €	405,23 €
31 a 40 anos	169	1.390,98 €	566,83 €
41 a 50 anos	100	1.560,90 €	776,43 €
Máis de 50	49	2.014,08 €	1.096,51 €
Total	372	1.499,44 €	731,58 €

En función do seu peso na mostra, salientar, por último, que os e as profesionais que traballan na radio declaran percibir en promedio unha retribución máis baixa. Na situación contraria se situarían os casos adscritos á televisión e aos gabinetes.

Táboa 32. Promedios para a retribución mensual neta segundo medios.

	N	Media	Desv. típ.
prensa	117	1.505,97 €	750,04 €
radio	60	1.228,63 €	459,94 €
televisión	72	1.655,65 €	730,45 €
gabinetes	60	1.596,13 €	539,26 €
axencias	5	1.433,00 €	340,14 €
docencia	6	1.250,00 €	1.129,15 €
medios electrónicos	11	1.253,45 €	291,66 €
autónomos	30	1.545,00 €	1.091,84 €
Total	372	1.499,44 €	731,58 €

Gráfica 26. Promedios para a retribución mensual neta segundo medios.



7 Descrición das condicións nas que se realiza o desempeño laboral:

7.1 Valoración xeral das condicións nas que se realiza o traballo.

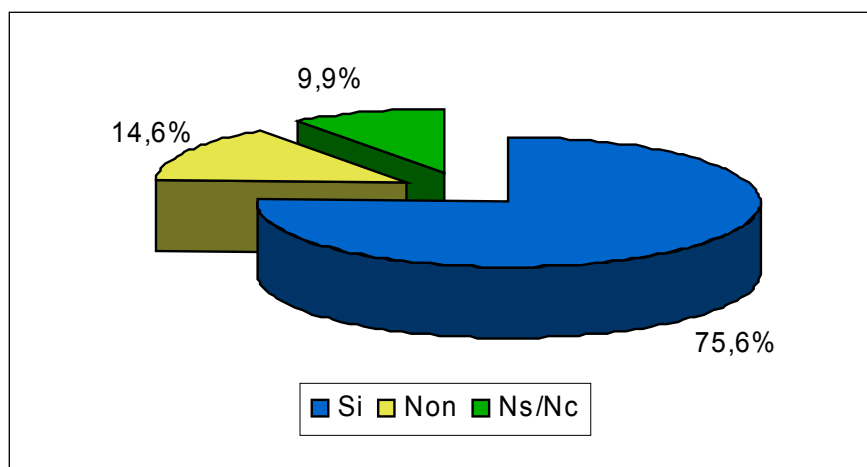
Descrición xeral de datos.

Cómpre destacar, de entrada, que entre os e as xornalistas enquisadas é claramente maioritaria a valoración de que o seu lugar de traballo reúne as condicións axeitadas para o desempeño das súas tarefas.

Táboa 33. Distribución das persoas enquisadas segundo consideren que o seu lugar de traballo, reúne as condicións axeitadas para facilitar o desempeño das súas tarefas. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	405	75,6%
Non	78	14,6%
Ns/Nc	53	9,9%
Total	536	100,0%

Gráfica 27. Distribución das persoas enquisadas segundo consideren que o seu lugar de traballo, reúne as condicións axeitadas para facilitar o desempeño das súas tarefas.



Detalle segundo perfís de referencia.

As mulleres amosan unha porcentaxe lixeiramente menor de satisfacción ao valorar este aspecto, tal e como se detalla nas táboas anexas.

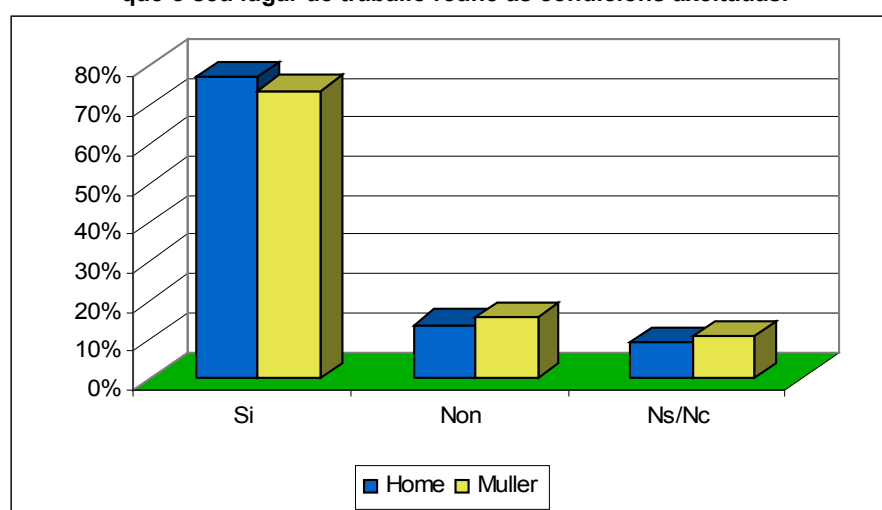
No tocante aos medios, o mesmo acontece no ámbito da radio e da televisión.

Non hai variacións relevantes a este respecto en función da idade.

Táboa 34. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo consideren que o seu lugar de traballo reúne as condicións axeitadas. Datos en porcentaxe

	Home	Muller
Si	77,1%	73,7%
Non	13,7%	15,6%
Ns/Nc	9,2%	10,7%
Total	100%	100%

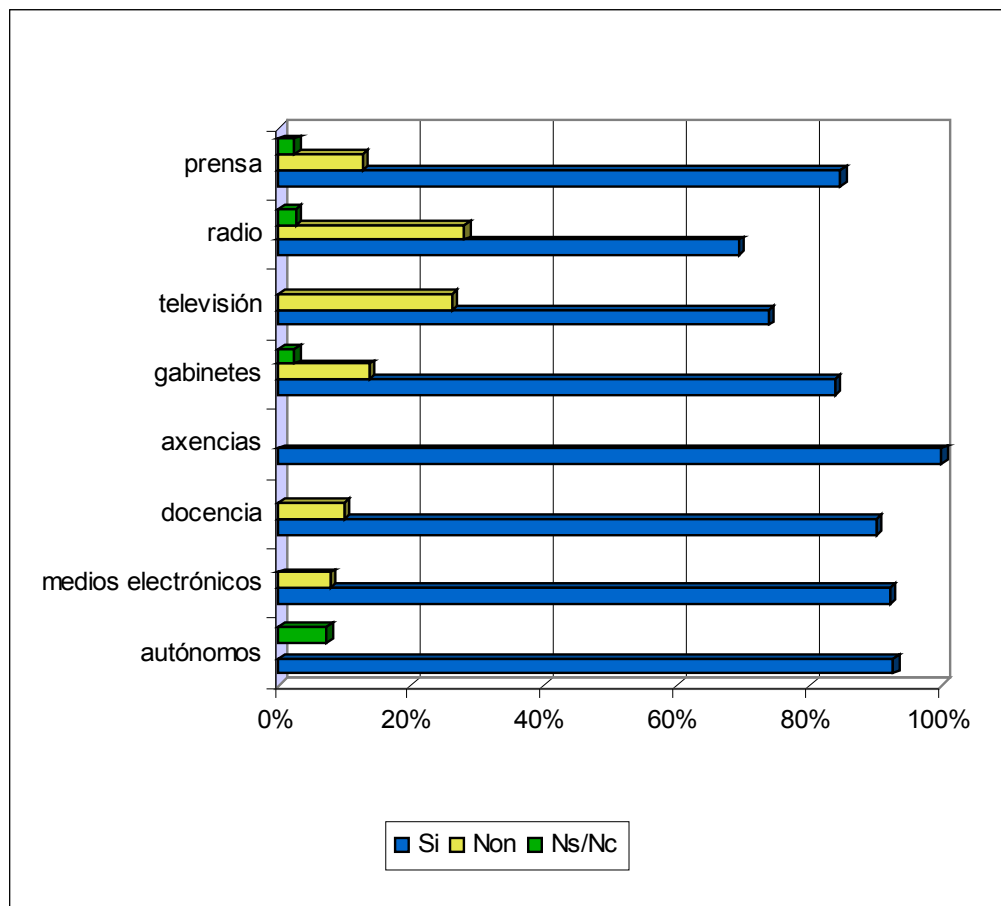
Gráfica 28. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo consideren que o seu lugar de traballo reúne as condicións axeitadas.



Táboa 35. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e segundo consideran que o seu lugar de traballo reúne as condicións axeitadas. Datos en porcentaxes.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	84,8%	69,3%	73,9%	83,8%	100,0%	90,0%	92,3%	92,7%
Non	12,7%	28,0%	26,1%	13,8%		10,0%	7,7%	
Ns/Nc	2,5%	2,7%		2,5%				7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 29. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e segundo consideran que o seu lugar de traballo reúne as condicións axeitadas.



7.2 Acceso ao espazo e a recursos informáticos

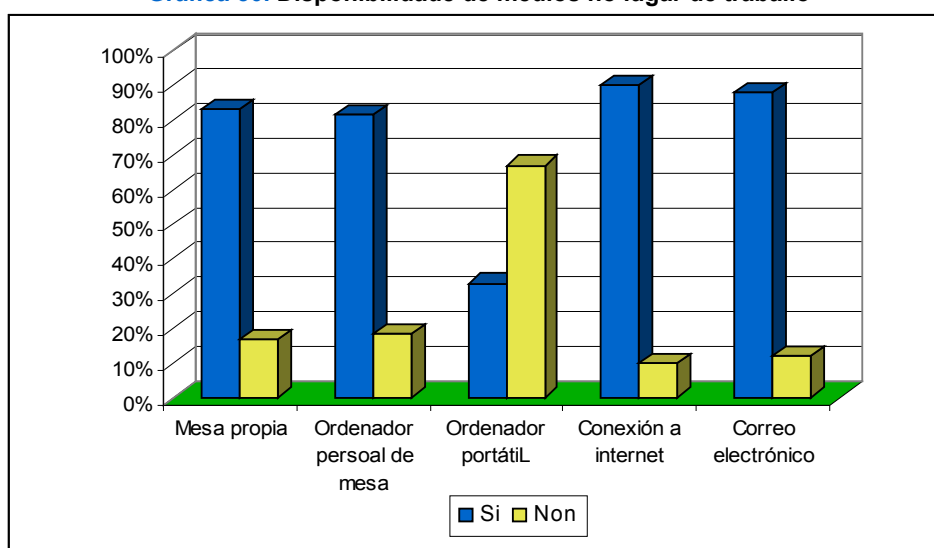
Descrición xeral de datos.

Nesta perspectiva de análise, o cuestionario permite recoller unha descrición de en que medida estes e estas profesionais contan cun equipamento base para realizar as súas tarefas; detallados nunha serie de epígrafes que son presentados na seguinte táboa.

Táboa 36. Disponibilidade de medios no lugar de traballo. Datos absolutos e en porcentaxes.

	Si		Non		Total	
	Nº casos	%	Nº casos	%	Nº casos	%
Mesa propia.	447	83,4%	89	16,6%	536	100%
Ordenador persoal de mesa.	437	81,5%	99	18,5%	536	100%
Ordenador portátil	177	33%	359	67%	536	100%
Conexión a internet.	484	90,3%	52	9,7%	536	100%
Correo electrónico.	473	88,2%	63	11,8%	536	100%

Gráfica 30. Disponibilidade de medios no lugar de traballo



Deste xeito, é posible comprobar que o común é dispoñer dun espazo propio, representado aquí polo epígrafe “mesa propia”, así como dunha infraestrutura TIC que cabe considerar como básica para o desenvolvemento das tarefas xornalísticas.

En todo caso, cómpre destacar que un 16,6% destes profesionais manifesta non ter unha mesa propia no lugar de traballo, así como que un 18,5, un 9,7% e un 11,8% non ten, respectivamente, ordenador de mesa, conexión a internet ou correo electrónico. Tan só un 33% dispón dun ordenador portátil (entre estas persoas, un 22% afirma non dispoñer dun ordenador de mesa; 39 casos).

Detalle segundo perfís de referencia.

É no grupo de maiores de 50 anos no que hai unha maior porcentaxe de casos que dispón de ordenador portátil, ao tempo que un menor número de casos con conexión a internet ou correo electrónico; aínda sendo alto en calquera caso.

Táboa 37. Porcentaxe de xornalistas que dispón dos seguintes recursos segundo grupos de idade. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50 anos
Mesa propia	82,2%	85,4%	81,6%	82,2%
Ordenador de mesa	84,9%	81,4%	83%	76,7%
Ordenador Portátil	30,1%	30,5%	33,3%	41,1%
Conexión internet	94,5%	93,8%	89,1%	80%
Correo electrónico	94,5%	88,9%	89,8%	78,9%

Atendendo aos distintos medios considerados, a porcentaxe de persoas que dispoñen de mesa propia é menor no ámbito da televisión. Os ordenadores son, en xeral, un instrumento habitual, do mesmo xeito que internet e o correo electrónico. Non obstante, contar cun ordenador portátil non é moi frecuente, salvo entre autónomos e autónomas.

Táboa 38. Porcentaxe de xornalistas que dispón dos seguintes recursos segundo medios. Datos en porcentaxe.

	Prensa	Radio	Televisión	Gabinete	Axencia	Docencia	Medios Electrónicos	Autónomos
Mesa propia	95,6%	94,7%	70,7%	98,8%	90,9%	100%	84,6%	85,4%
Ordenador mesa	88%	96%	89,1%	88,8%	90,9%	80%	76,9%	78%
Ordenador portátil	40,5%	9,3%	12%	46,3%	45,5%	50%	38,5%	82,9%
Conexión internet	98,1%	96%	96,7%	98,8%	100%	90%	100%	97,6%
Correo electrónico	96,8%	94,7%	90,2%	98,8%	100%	90%	100%	95,1%

7.3 Rutinas de información/comunicación no traballo: uso de internet e lectura de xornais.

Descrición xeral de datos.

O desempeño xornalístico aséntase moi centralmente na capacidade de comunicación e contraste con fontes e contidos de información.

É por isto que a consulta da rede telemática así como do correo electrónico representan unha tarefa cotiá para a maior parte dos e das xornalistas; tal e como se explicita na táboa seguinte.

Táboa 39. Distribución das persoas enquisadas segundo a frecuencia con que empregan internet e correo electrónico. Datos absolutos e en porcentaxes.

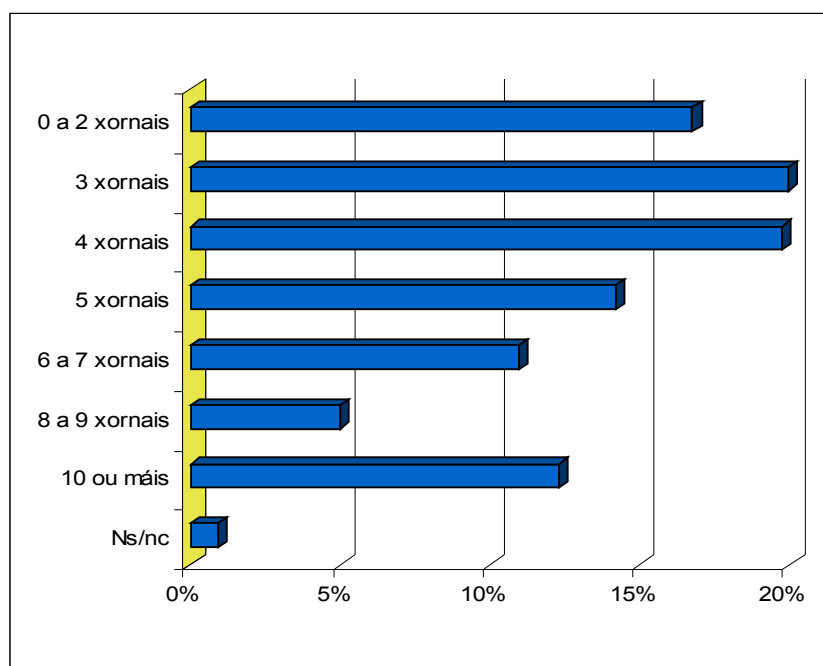
	INTERNET		CORREO ELECTRÓNICO	
	Frecuencia	porcentaxe	Frecuencia	porcentaxe
Diariamente	480	89,6%	471	87,9%
2-3 veces á semana	9	1,7%	15	2,8%
Semanalmente	7	1,3%	6	1,1%
Mensualmente			1	0,2%
Menos dunha vez ao mes	1	0,2%	3	0,6%
Ns/Nc	39	7,3%	40	7,5%
Total	536	100,0%	536	100,0%

Na mesma liña, destacar a lectura de xornais como outra das tarefas que é abordada de forma cotiá pola maior parte das persoas enquisadas.

Táboa 40. Distribución das persoas enquisadas segundo o número de xornais aos que dan lectura no día. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
0 a 2 xornais	90	16,8%
3 xornais	107	20,0%
4 xornais	106	19,8%
5 xornais	76	14,2%
6 a 7 xornais	59	11,0%
8 a 9 xornais	27	5,0%
10 ou máis	66	12,3%
Ns/nc	5	0,9%
Total	536	100,0%

Gráfica 31. Distribución das persoas enquisadas segundo o número de xornais aos que dan lectura no día.



É posible constatar que o promedio de xornais aos que se dá lectura diaria sitúase aproximadamente en 5.

Na práctica, o caso máis frecuente é dar lectura a un número situado entre os 3 e os 5 exemplares; neste umbral móvese o 54% da mostra. Nas marxes contiguas, destacar tamén o peso proporcional daqueles/daquelas que len de 0 a 2 (tan só en dous casos se recoñece non ler ningún).

Detalle segundo perfís de referencia.

Non hai diferencias salientables por xénero no que toca á frecuencia de emprego de internet, situándose nun 90% o uso diario tanto en homes como en mulleres.

Si é posible constatar que o emprego diario de internet é menor entre os e as xornalistas englobados no grupo de “máis de 50 anos”. De igual xeito, a porcentaxe de persoas que consulta diariamente internet é lixeiramente menor no ámbito da televisión e, en menor medida, da radio, aínda que se mantén sempre por riba do 90% de casos. O reducido peso dos e das profesionais da docencia na mostra aconsella non establecer xeneralizacións a este respecto para estes casos.

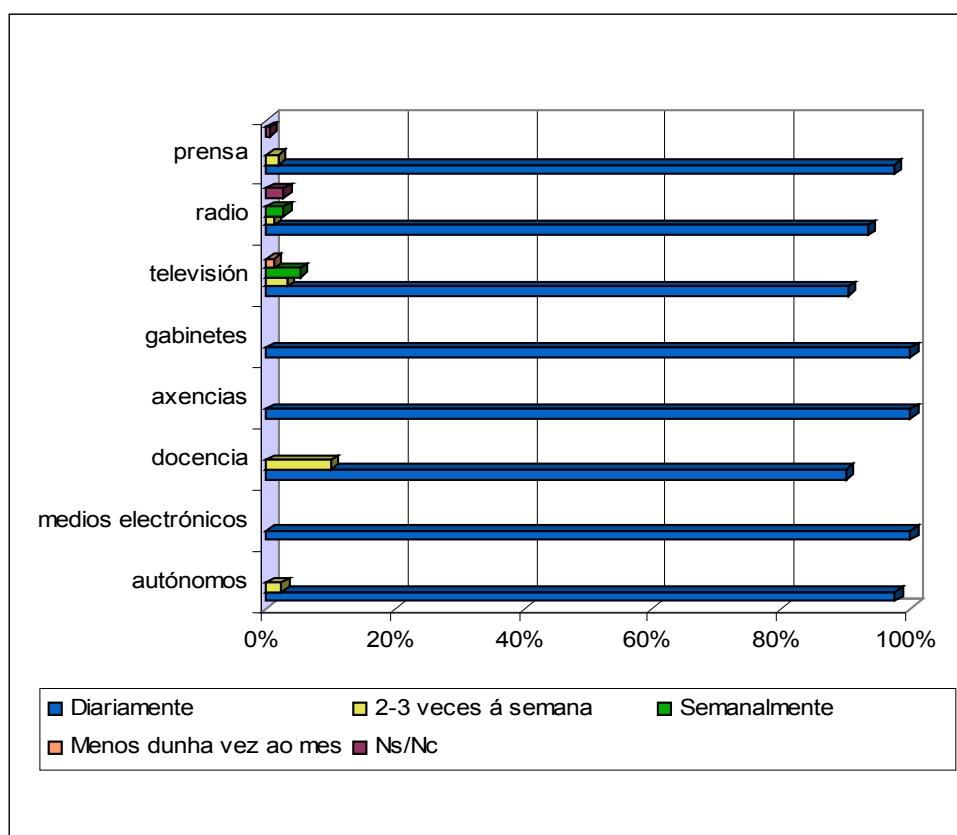
Táboa 41. Distribución das persoas enquisadas segundo frecuencia de uso de internet e grupos de idade. Datos en porcentaxes.

	30 ou menos anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50 anos
Diariamente	93,2%	92,0%	89,1%	81,1%
2-3 veces á semana		2,2%	2,0%	1,1%
Semanalmente	1,4%	1,3%	1,4%	1,1%
Menos dunha vez ao mes		0,4%		
Ns/Nc	5,5%	4,0%	7,5%	16,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Táboa 42. Distribución das persoas enquisadas segundo frecuencia de uso de internet e medio. Datos en porcentaxes.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Diariamente	97,5%	93,3%	90,2%	100,0%	100,0%	90,0%	100,0%	97,6%
2-3 veces á semana	1,9%	1,3%	3,3%			10,0%		2,4%
Semanalmente		2,7%	5,4%					
Menos dunha vez ao mes			1,1%					
Ns/Nc	0,6%	2,7%						
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 32. Distribución das persoas enquisadas segundo frecuencia de uso de internet e medio.



Ao respecto da lectura diaria de xornais, os homes declaran un promedio superior á media total da mostra; o contrario do que ocorre coas mulleres. De igual xeito, entre os xornalistas de maior idade o número de xornais sitúase claramente por riba do promedio da mostra. Ao considerar esta práctica segundo os diferentes medios, constátase que é claramente superior no ámbito dos gabinetes, situándose por baixo da media total nos restantes, entre os que destaca o número declarado na radio e entre autónomos e autónomas. Cabe comentar que o peso reducido dos e das profesionais dos medios electrónicos non permite establecer tendencias a este respecto, aínda que destaque o promedio de xornais lidos nos casos recollidos na enquisa.

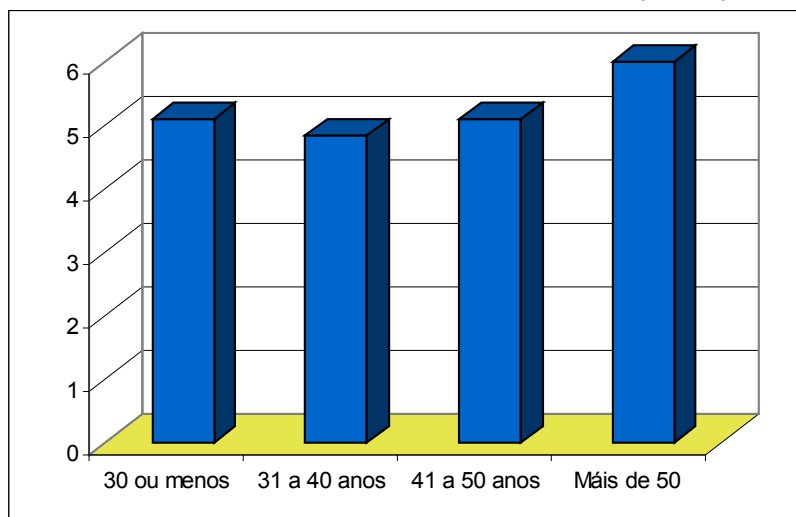
Táboa 43. Promedio de xornais aos que se dá lectura no día.

	N	Media	Desv. típ.
Home	289	5,49	3,735
Muller	242	4,77	3,476
Total	531	5,17	3,634

Táboa 44. Promedio de xornais aos que se dá lectura no día segundo grupos de idade.

	N	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
30 ou menos	73	5,10	4,407	1	21
31 a 40 anos	225	4,84	3,516	0	25
41 a 50 anos	145	5,11	3,100	0	20
Máis de 50	88	6,14	3,925	1	23
Total	531	5,17	3,634	0	25

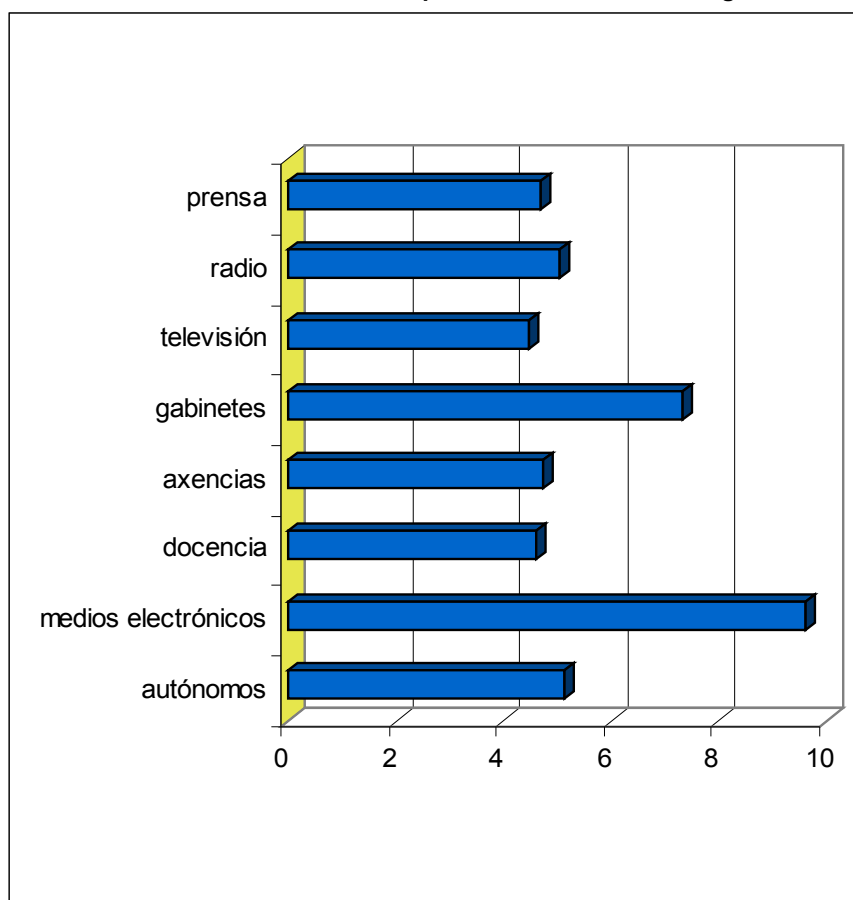
Gráfica 33. Promedio de xornais aos que se dá lectura no día segundo grupos de idade.



Táboa 45. Promedio de Xornais aos que se dá lectura no día segundo medios.

	N	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
prensa	157	4,68	2,466	1	15
radio	75	5,03	2,814	1	15
televisión	92	4,47	3,139	0	20
gabinetes	80	7,34	4,826	1	21
axencias	11	4,73	3,849	1	15
docencia	10	4,60	2,914	2	12
medios electrónicos	13	9,62	7,943	2	25
autónomos	40	5,15	3,779	2	23
Total	512	5,21	3,648	0	25

Gráfica 34. Promedio de Xornais aos que se dá lectura no día segundo medios.



7.4 Lingua empregada no desenvolvemento do traballo

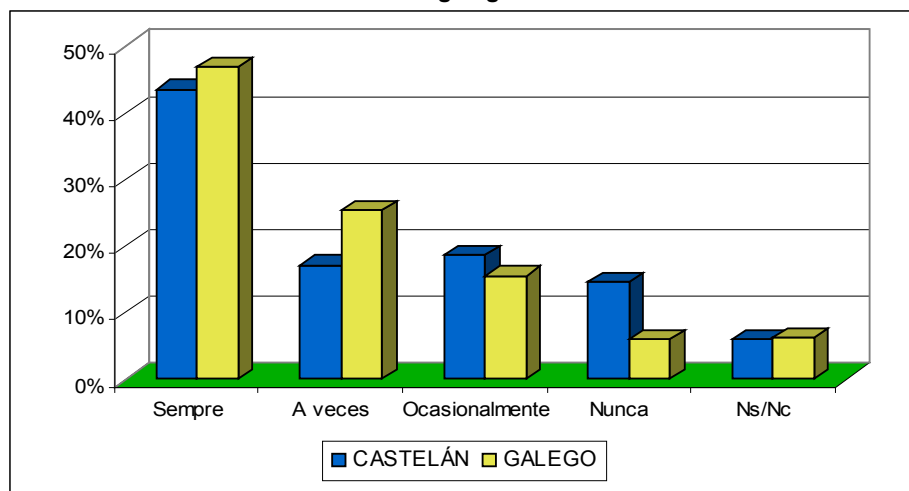
Descrición xeral de datos.

Tal e como pode visualizarse na táboa anexa, o galego presenta porcentaxes de emprego habitual (“sempre”) lixeiramente máis altas que o castelán. Tamén é menor a porcentaxe dos e das que declaran non empregalo nunca en comparación ao castelán.

Táboa 46. Distribución das persoas enquisadas segundo a frecuencia coa que emprega o castelán e o galego no traballo. Datos absolutos e en porcentaxe.

	CASTELÁN		GALEGO	
	Frecuencia	porcentaxe	Frecuencia	porcentaxe
Sempre	234	43,7%	252	47,0%
A veces	92	17,2%	136	25,4%
Ocasionalmente	100	18,7%	83	15,5%
Nunca	78	14,6%	32	6,0%
Ns/Nc	32	6,0%	33	6,2%
Total	536	100,0%	536	100,0%

Gráfica 35. Distribución das persoas enquisadas segundo a frecuencia coa que emprega o castelán e o galego no traballo.



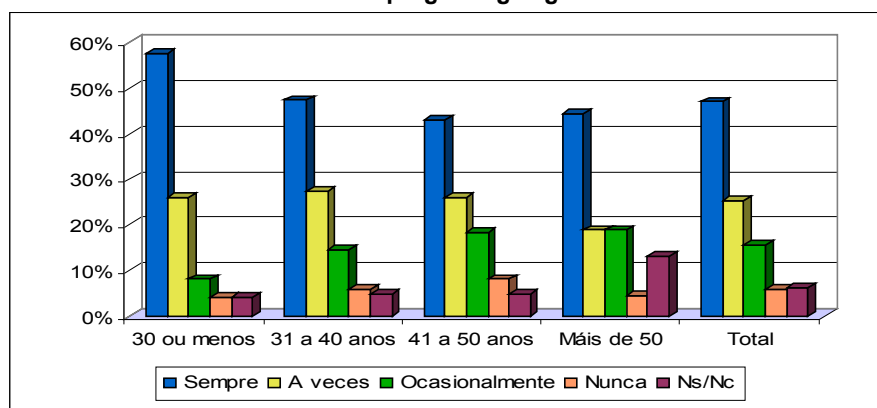
Detalle segundo perfís de referencia.

Tal e como describe a táboa anexa, a frecuencia de emprego habitual ("sempre") do galego é porcentualmente maior nos grupos de idade máis novos; especialmente entre os e as xornalistas que teñen 30 ou menos anos. Analizando esta cuestión nos distintos medios considerados, cómpre destacar que o mesmo ocorre no ámbito da televisión; sendo significativamente menor na prensa e entre autónomos e autónomas (as frecuencias recollidas para medios electrónicos, docencia e axencias non permiten extrapolar tendencias para estes medios). Non se constatan diferencias relevantes ao respecto desta cuestión en función do xénero.

Táboa 47. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e frecuencia de emprego do galego. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Sempre	57,5%	47,3%	42,9%	44,4%
A veces	26,0%	27,4%	25,9%	18,9%
Ocasionalmente	8,2%	14,6%	18,4%	18,9%
Nunca	4,1%	5,8%	8,2%	4,4%
Ns/Nc	4,1%	4,9%	4,8%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

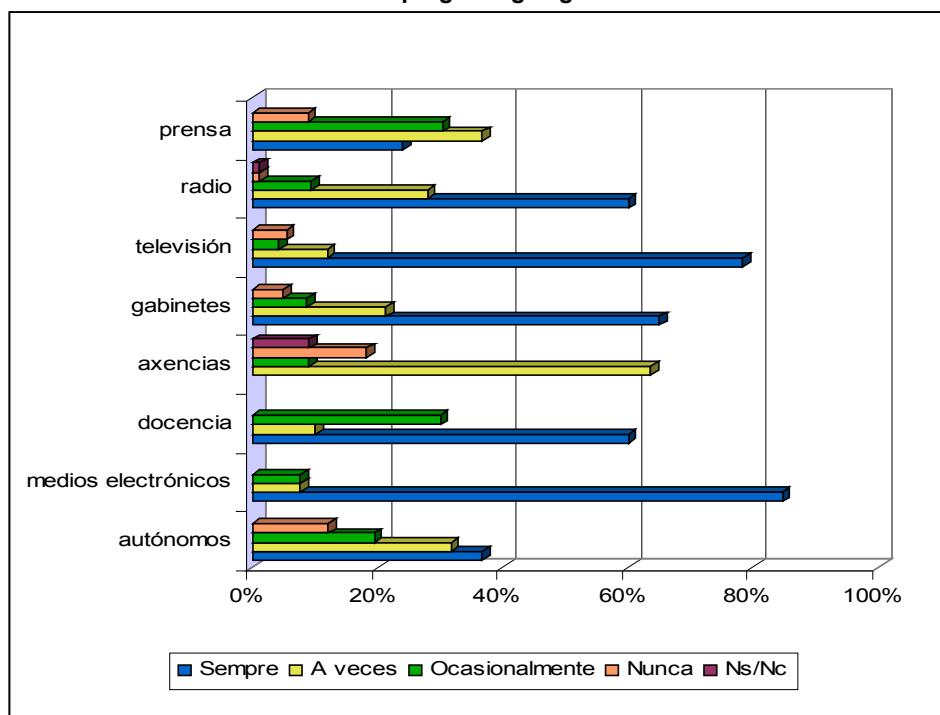
Gráfica 36. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e frecuencia de emprego do galego.



Táboa 48. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e frecuencia de emprego do galego. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Sempre	24,1%	60,0%	78,3%	65,0%		60,0%	84,6%	36,6%
A veces	36,7%	28,0%	12,0%	21,3%	63,6%	10,0%	7,7%	31,7%
Ocasionalmente	30,4%	9,3%	4,3%	8,8%	9,1%	30,0%	7,7%	19,5%
Nunca	8,9%	1,3%	5,4%	5,0%	18,2%			12,2%
Ns/Nc		1,3%			9,1%			
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 37. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e frecuencia de emprego do galego.



7.5 Valoración do grao de autonomía no traballo.

Descrición xeral de datos.

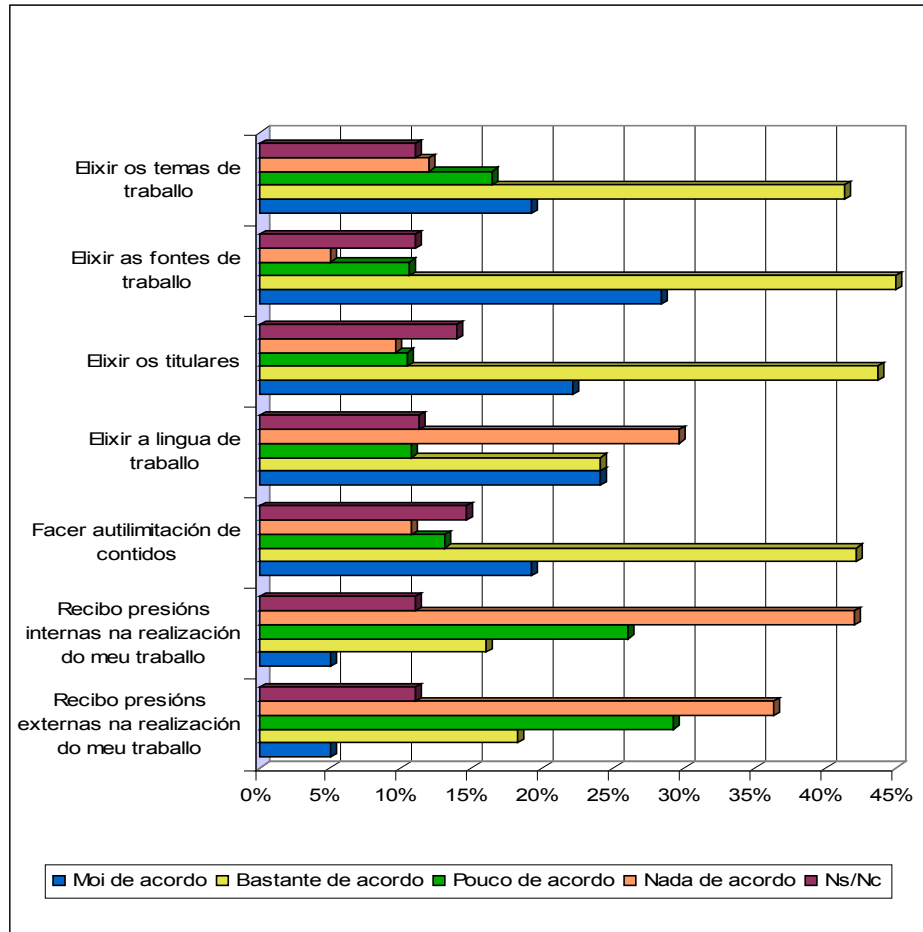
Tradicionalmente, considérase que a autonomía de que dispoñen os e as xornalistas para orientar o seu traballo constitúe un aspecto central do seu desempeño profesional.

É neste sentido que o cuestionario entraba a recoller, a través dunha serie de epígrafes, a súa valoración ao respecto. As opinións recollidas son detalladas na táboa seguinte.

Táboa 49. Distribución das persoas enquisadas segundo o seu grao de acordo coas seguintes expresións relativas á autonomía no traballo. Datos en porcentaxes

	Moi de acordo	Bastante de acordo	Pouco de acordo	Nada de acordo	Ns/Nc	Total
Teño liberdade para elixir os temas de traballo	19,2%	41,4%	16,4%	12%	11%	100%
Teño liberdade para elixir as fontes de traballo	28,4%	45%	10,6%	5%	11%	100%
Teño liberdade para elixir os titulares	22,2%	43,7%	10,4%	9,7%	14%	100%
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo	24,1%	24,1%	10,8%	29,7%	11,3%	100%
Teño liberdade para facer autolimitación de contidos	19,2%	42,2%	13,1%	10,8%	14,7%	100%
Recibo presións internas na realización do meu traballo	5%	16%	26%	42%	11%	100%
Recibo presións externas na realización do meu traballo	5%	18,3%	29,3%	36,4%	11%	100%

Gráfica 38. Distribución das persoas enquisadas segundo o seu grao de acordo coas seguintes expresións relativas a autonomía no traballo.



Segundo as valoracións consignadas na mesma, é a elección da lingua a empregar no traballo o aspecto para o que con máis frecuencia os e as xornalistas manifestan ter unha capacidade de elección menor (un 40,5% esta pouco ou nada de acordo coa proposición a valorar).

Para a elección de temas, fontes e titulares, así como para realizar unha autolimitación de contidos, a porcentaxe daqueles e daquelas que manifestan ter moita ou bastante liberdade sitúase sempre por riba do 60% da mostra; movéndose, non obstante, a porcentaxe de persoas cunha posición máis crítica en parámetros sempre destacables (15 a 28%).

Mención aparte merecen, pola súa especial relevancia, as proposicións orientadas a valorar a existencia de presións na realización do traballo.

Neste sentido, constatar que a porcentaxe de persoas que están pouco ou nada de acordo coa súa existencia sitúase por riba do 65% da mostra. Unha vez máis, existe un grupo significativo de persoas que resposta afirmativamente a esta cuestión (21 a 23,3%).

A porcentaxe de non resposta mantense en niveis equiparables para o conxunto das proposicións formuladas.

Como elemento de contraste, o cuestionario incluía unha pregunta na que se solicitaba unha valoración global do grao de independencia que cada xornalista consideraba ter no seu traballo. Esta valoración expresábase cunha puntuación sobre unha escala de 1 a 10, na que o 10 indicaba a máxima valoración.

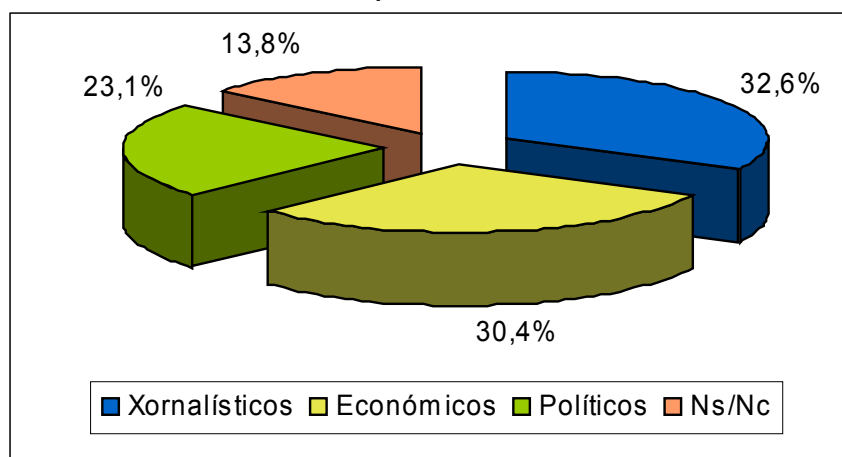
Asociada á mesma, recabábase tamén a súa opinión ao respecto de cales eran os criterios dominantes nas súas empresas á hora de desenvolver a actividade xornalística.

A partir das respostas recollidas para a primeira cuestión, establécese unha puntuación media de 7 para o conxunto da mostra (cunha porcentaxe de non resposta situada no 6,7%); ao tempo que a puntuación máis repetida sitúase no 8 (cunha desviación típica situada en 2). Deste xeito, conséntase que unha porcentaxe destacada de profesionais incide nunha valoración positiva, aínda que contida segundo casos, á hora de dimensionar a través desta escala o seu grao de autonomía no traballo.

Táboa 50. Distribución das persoas enquisadas segundo cales consideran que son os criterios dominantes na súa empresa á hora de desenvolver a actividade. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Xornalísticos	175	32,6%
Económicos	163	30,4%
Políticos	124	23,1%
Ns/Nc	74	13,8%
Total	536	100,0%

Gráfica 39. Distribución das persoas enquisadas segundo cales consideran que son os criterios dominantes na súa empresa á hora de desenvolver a actividade.



Esta valoración debe ser contextualizada no marco empresarial no que realizan o seu traballo. Visualizándose, así, que os criterios máis puramente xornalísticos comparten en gran medida relevancia con referencias económicas ou mesmo políticas nas consideracións prioritarias das empresas, en opinión dos e das xornalistas.

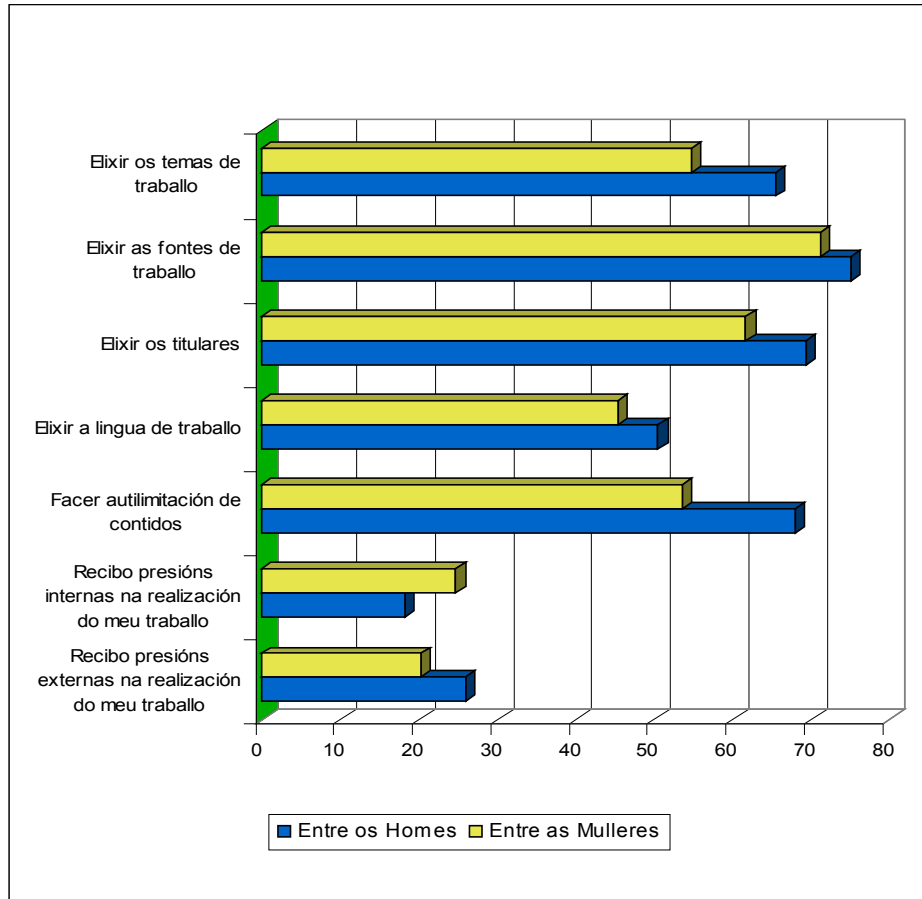
Detalle para perfís de referencia.

Como pode observarse, entre os homes hai unha porcentaxe lixeiramente maior de casos que valoran ter liberdade para elixir as diferentes cuestións contempladas nesta liña de análise. Aínda que entre as mulleres é algo máis frecuente poñer énfase na existencia de presións internas para a realización do traballo.

Táboa 51. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e valoración do grao de liberdade na realización do traballo. Datos en porcentaxes para os casos que están moi ou bastante de acordo coas proposicións a valorar.

	Entre os Homes	Entre as Mulleres
Teño liberdade para elixir os temas de traballo.	65,5%	54,7%
Teño liberdade para elixir as fontes de traballo.	75,1%	71,2%
Teño liberdade para elixir os titulares.	69,3%	61,7%
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo.	50,5%	45,3%
Teño liberdade para facer autilimitación de contidos.	68%	53,5%
Recibo presións internas na realización do meu traballo.	18,1%	24,7%
Recibo presións externas na realización do meu traballo.	25,9%	20,2%

Gráfica 40. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e valoración do grao de liberdade na realización do traballo. Datos en porcentaxes para os casos que están moi ou bastante de acordo coas proposicións a valorar.



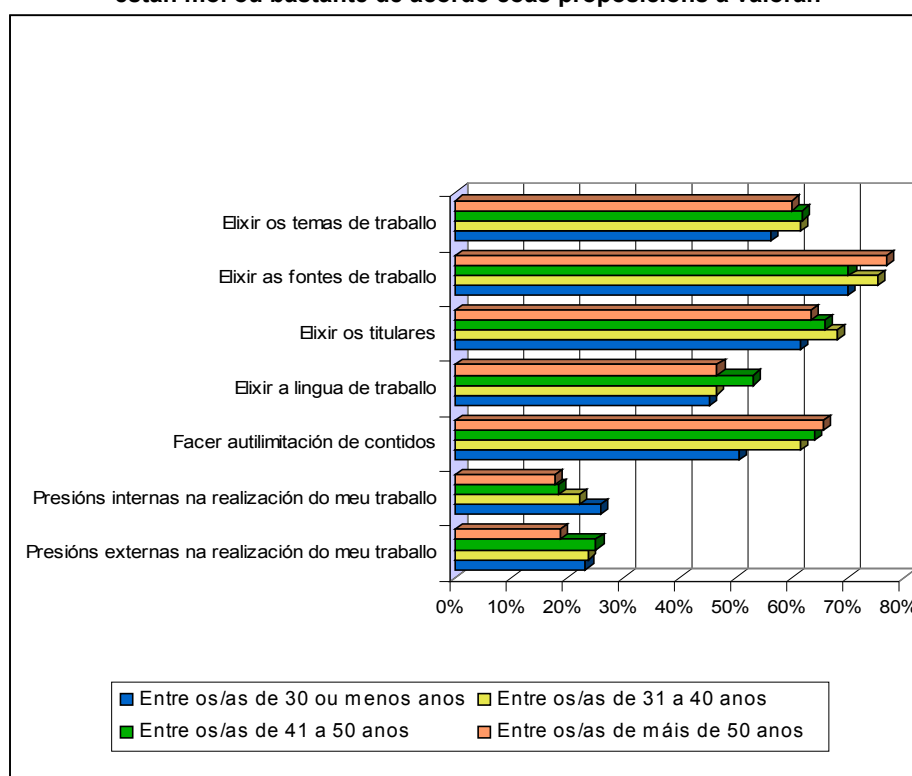
Atendendo ás diferencias que se dan entre os diferentes grupos de idade ao respecto desta cuestión, comentar que as porcentaxes de acordo coas proposicións formuladas visualizan un maior grao de diverxencia en cada caso por grupos.

Así, entre os e as xornalistas de menor idade é lixeiramente menor a proporción de casos que consideran ter liberdade para decidir sobre as cuestións detalladas. Nos grupos de maior idade tende a reducirse lixeiramente a porcentaxe de persoas que valora recibir presións no seu traballo. Do mesmo xeito que é algo maior para as presións de tipo interno entre os e as xornalistas de menor idade.

Táboa 52. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e valoración do grao de liberdade na realización do traballo. Datos en porcentaxes para os casos que están moi ou bastante de acordo coas proposicións a valorar.

	Entre os/as de 30 ou menos anos	Entre os/as de 31 a 40 anos	Entre os/as de 41 a 50 anos	Entre os/as de máis de 50 anos
Teño liberdade para elixir os temas de traballo.	56,1%	61,5%	61,9%	60%
Teño liberdade para elixir as fontes de traballo.	69,9%	75,2%	70,1%	76,7%
Teño liberdade para elixir os titulares.	61,6%	68,1%	66%	63,3%
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo.	45,2%	46,5%	53,1%	46,7%
Teño liberdade para facer autilimitación de contidos.	50,7%	61,5%	63,9%	65,5%
Recibo presións internas na realización do meu traballo.	26%	22,2%	18,4%	17,8%
Recibo presións externas na realización do meu traballo.	23,3%	23,9%	25,2%	18,9%

Gráfica 41. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e valoración do grao de liberdade na realización do traballo. Datos en porcentaxes para os casos que están moi ou bastante de acordo coas proposicións a valorar.



Atendendo ás diferencias que poden darse nos distintos medios considerados ao respecto desta valoración, dar conta de que as porcentaxes de acordo coas proposicións formuladas varían en cada caso.

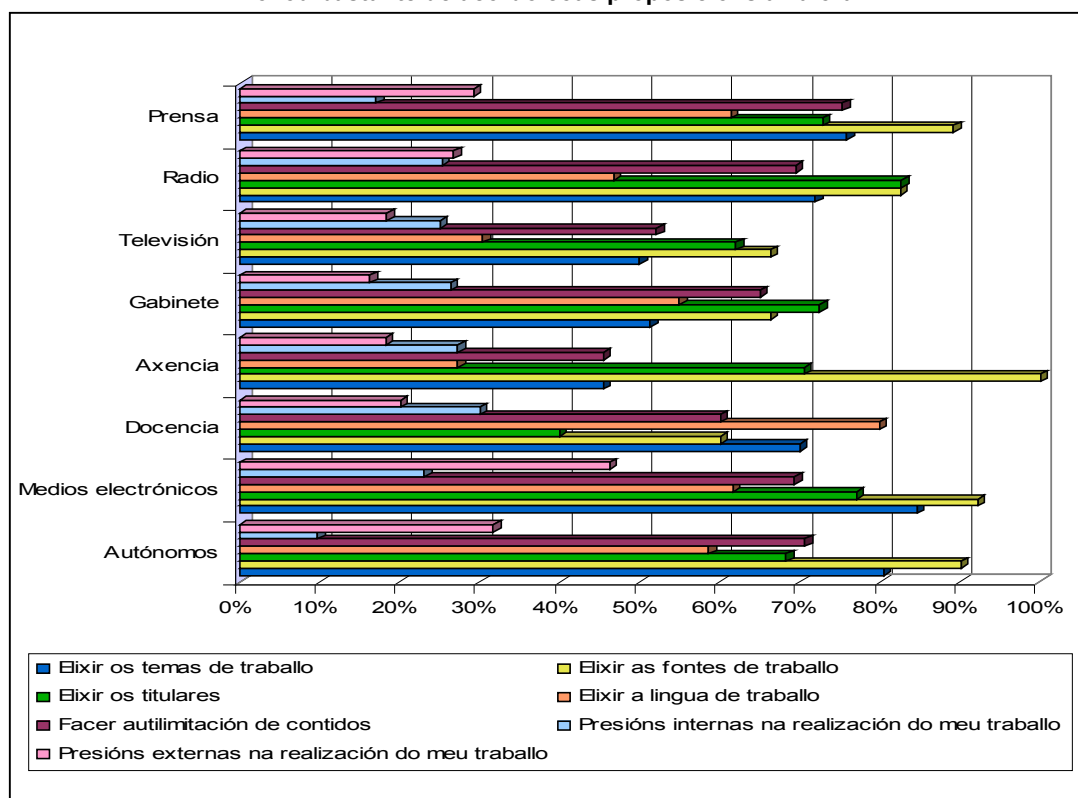
Así, pola súa relevancia, destacar que no ámbito da televisión e dos gabinetes é menor a proporción de xornalistas que esta moi ou bastante de acordo con que ten liberdade para elixir os temas e as fontes de traballo. O mesmo ocorre na televisión para a elección de titulares, a autolimitación de contidos e, xunto coa a radio, para a elección da lingua de traballo. Sendo reducida a porcentaxe de persoas moi ou bastante de acordo coa existencia de presións, destacar que é máis reducida na prensa para as de tipo interno, e máis destacada tamén na prensa, xunto coa radio e autónomos/autónomas, para as externas.

Aínda que non achegan unha significación estatística relevante por separado, comentar o feito de que menos da metade das persoas enquisadas que traballan nas axencias esta moi ou bastante de acordo con que ten liberdade para elixir os temas ou a lingua, ou facer autolimitación de contidos.

Táboa 53. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e valoración do grao de liberdade na realización do traballo. Datos en porcentaxes para os casos que están moi ou bastante de acordo coas proposicións a valorar.

	Prensa	Radio	Televisión	Gabinete	Axencia	Docencia	Medios electrónicos	Autónomos
Teño liberdade para elixir os temas de traballo.	75,9%	72%	50%	51,3%	45,5%	70%	84,6%	80,5%
Teño liberdade para elixir as fontes de traballo.	89,2%	82,6%	66,4%	66,3%	100%	60%	92,3%	90,2%
Teño liberdade para elixir os titulares.	72,8%	82,7%	62%	72,5%	70,6%	40%	77%	68,3%
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo.	61,3%	46,7%	30,4%	55%	27,3%	80%	61,6%	58,6%
Teño liberdade para facer autilimitación de contidos.	75,4%	69,4%	52,1%	65%	45,5%	60%	69,3%	70,7%
Recibo presións internas na realización do meu traballo.	17,1%	25,3%	25%	26,3%	27,3%	30%	23,1%	9,7%
Recibo presións externas na realización do meu traballo.	29,2%	26,7%	18,4%	16,3%	18,2%	20%	46,2%	31,7%

Gráfica 42. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e valoración do grao de liberdade na realización do traballo. Datos en porcentaxes para os casos que están moi ou bastante de acordo coas proposicións a valorar.



7.6 Participación en programas de formación e actualización profesional.

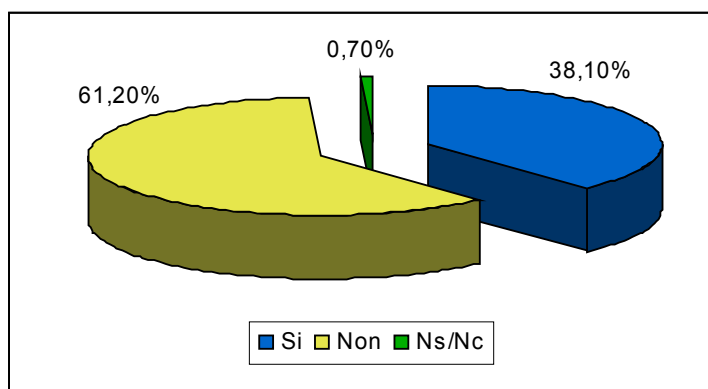
É un lugar común entender a formación como un recurso fundamental tanto para a mellora e actualización do desempeño profesional, como da traxectoria dun proxecto empresarial. É neste sentido que o cuestionario indagaba sobre unha serie de cuestións a este respecto.

De entrada, e tomando o último ano como referencia, hai que salientar que máis da metade dos e das xornalistas declaran non ter realizado ningún curso formativo neste período. Aínda así, un significativo 38,1% resposta afirmativamente a esta cuestión.

Táboa 54. Distribución das persoas enquisadas segundo realizaran cursos de formación no último ano. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	204	38,1%
Non	328	61,2%
Ns/Nc	4	0,7%
Total	536	100,0%

Gráfica 43. Distribución das persoas enquisadas segundo realizaran cursos de formación no último ano.



O promedio de cursos realizados por estas persoas neste período establécese en 2, aínda que o caso máis repetido (a moda) é que se realizase un único curso.

Táboa 55. Promedio de accións formativas realizadas no último ano.

Media	Moda	Desviación típica
2,13	1	1,3

Destacar tamén que o principal axente provedor desta formación o constitúen as propias empresas, seguidas a gran distancia pola Universidade, o Colexio Profesional de Xornalistas e o ámbito asociativo.

Táboa 56. Entidades que convocaron os cursos realizados. Datos absolutos e en porcentaxe sobre o total de casos identificados.

Entidades	Nº casos	%
A empresa (propia)	108	52,9%
O Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia	25	12,2%
O Sindicato de Xornalistas de Galicia	5	2,4%
A Universidade	43	21,1%
Asociacións	16	7,8%
Outros	61	29,9%
Ns/Nc	5	2,4%

Detalle para perfís de referencia.

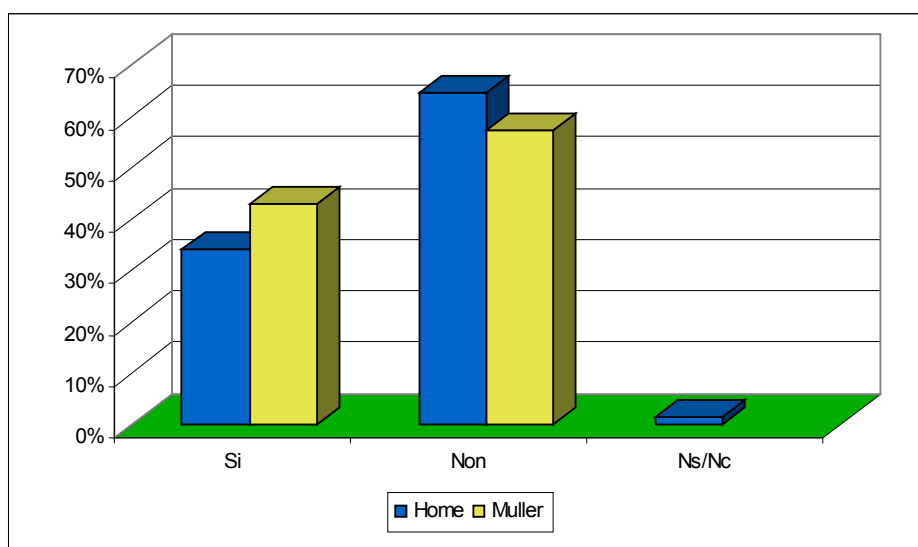
A realización de cursos está máis presente entre as mulleres que entre os homes. En boa lóxica, as mulleres declaran realizar en promedio un número maior que os homes.

No mesmo sentido, cómpre destacar que os e as xornalistas situados no tramo de idade máis novo destacan por ter unha maior tendencia á realizar formación. Non obstante, entre os e as profesionais que asistiron a formación, o número medio de cursos realizados é maior nos grupos intermedios de idade (31 a 50 anos).

Táboa 57. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e realización de formación no último ano. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Home	Muller
Si	34,1%	42,8%
Non	64,5%	57,2%
Ns/Nc	1,4%	
Total	100,0%	100,0%

Gráfica 44. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e realización de formación no último ano.



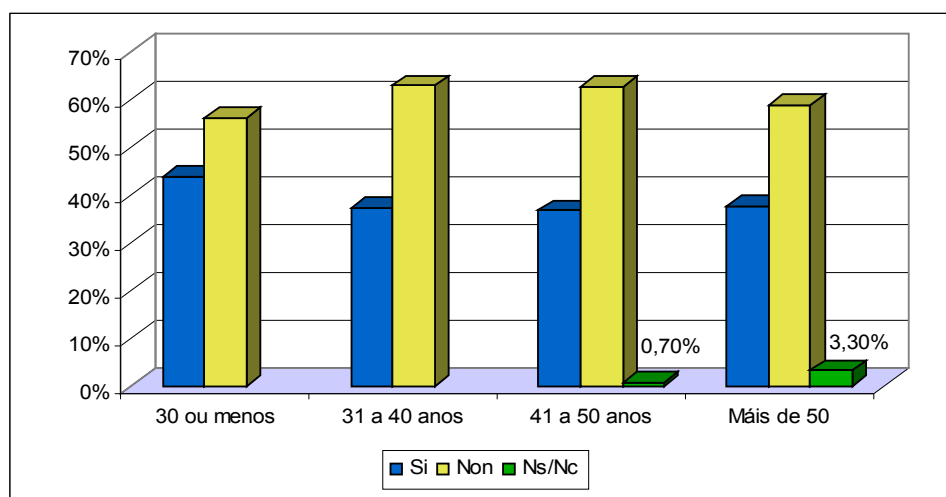
Táboa 58. Promedio de cursos realizado no último ano segundo xénero.

	N	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
Home	100	1,93	1,094	1	6
Muller	104	2,33	1,458	1	7
Total	204	2,13	1,304	1	7

Táboa 59. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e realización de formación no último ano. Datos absolutos e en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	43,8%	37,2%	36,7%	37,8%
Non	56,2%	62,8%	62,6%	58,9%
Ns/Nc			0,7%	3,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 45. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e realización de formación no último ano.



Táboa 60. Promedio de cursos realizados no último ano segundo grupos de idade.

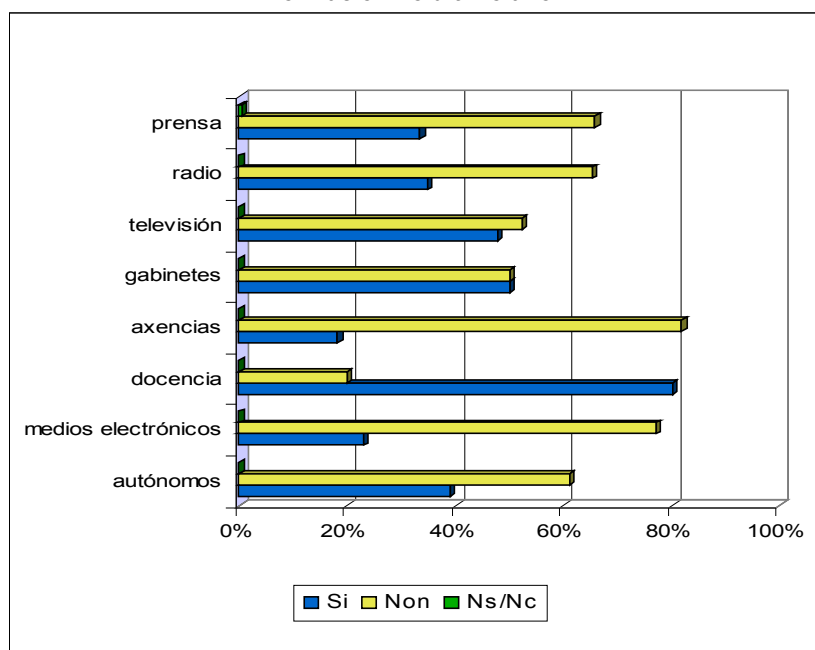
	N	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
30 ou menos	32	2,06	1,390	1	6
31 a 40 anos	84	2,21	1,372	1	7
41 a 50 anos	54	2,17	1,328	1	7
Máis de 50	34	1,94	1,013	1	5
Total	204	2,13	1,304	1	7

Ao analizar esta cuestión segundo a súa manifestación nos diferentes medios considerados neste estudo, cómpre destacar os ámbitos dos gabinetes e da televisión pola presenza de profesionais que manifestan ter realizado formación no último ano. De igual xeito, é entre os e as profesionais do ámbito da televisión no que se manifesta ter feito un maior número de cursos no ano anterior. Aínda que non permitan unha representatividade sectorial, cabe destacar a presenza da formación entre as persoas enquisadas no ámbito da docencia.

Táboa 61. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e realización de formación no último ano. Datos absolutos e en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	33,5%	34,7%	47,8%	50,0%	18,2%	80,0%	23,1%	39,0%
Non	65,8%	65,3%	52,2%	50,0%	81,8%	20,0%	76,9%	61,0%
Ns/Nc	0,6%							
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 46. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e realización de formación no último ano.



Táboa 62. Promedio de cursos realizados no último ano segundo medios.

	N	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
prensa	53	1,58	,929	1	6
radio	26	2,04	1,113	1	5
televisión	44	2,73	1,703	1	7
gabinete	40	2,30	1,285	1	6
axencia	2	1,50	,707	1	2
docencia	8	3,00	1,195	1	4
medios electrónicos	3	1,33	,577	1	2
autónomo	16	1,81	,981	1	4
Total	198	2,14	1,316	1	7

8 Existencia dun marco de regulación na empresa:

Descrición datos xerais:

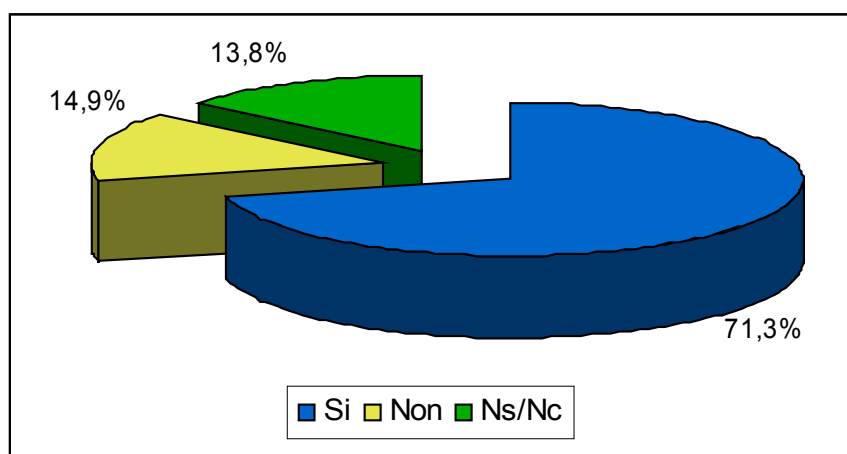
Abordarase neste epígrafe unha aproximación ao número de casos nos que o desempeño xornalístico se realiza no marco dun convenio colectivo, así como ao coñecemento e valoración do mesmo nos casos en que así sexa.

De entrada, hai que dar conta de que unha gran parte dos e das xornalistas manifesta que a empresa na que realiza o seu traballo está acollida a algún tipo de convenio colectivo.

Táboa 63. Distribución das persoas enquisadas segundo traballen nunha empresa acollida a un convenio colectivo. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	382	71,3%
Non	80	14,9%
Ns/Nc	74	13,8%
Total	536	100,0%

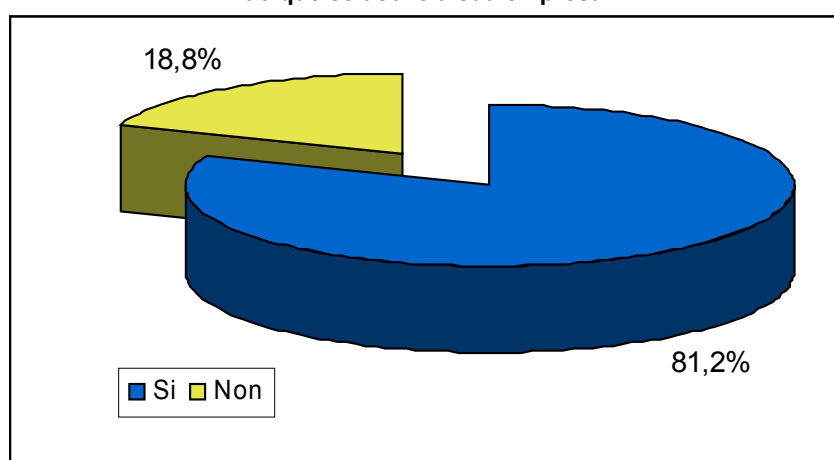
Gráfica 47. Distribución das persoas enquisadas segundo traballen nunha empresa acollida a un convenio colectivo.



Táboa 64. Distribución das persoas enquisadas segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	310	81,2%
Non	72	18,8%
Total	382	100,0%

Gráfica 48. Distribución das persoas enquisadas segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.



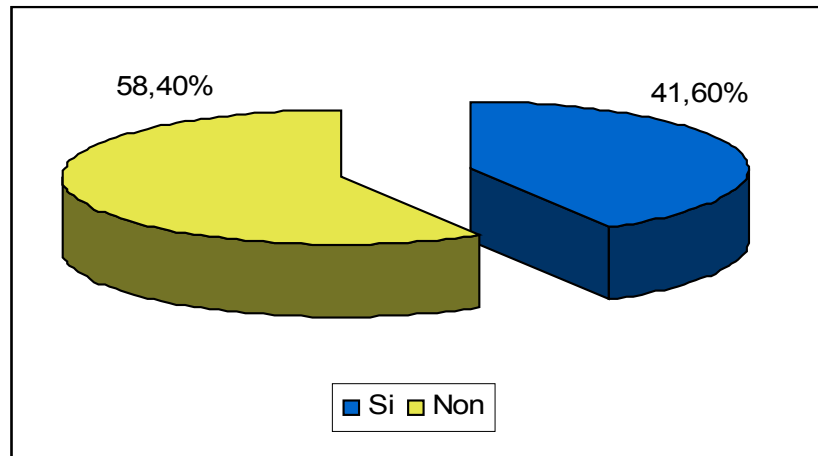
Entre estas persoas, o máis frecuente é coñecer os contidos do convenio; aínda que un destacable 18,8% manifeste o contrario.

Toda vez que o nivel de coñecemento é elevado, ten interese destacar o feito de que sexa maioritaria a opinión de que este convenio non se adapta ás necesidades dos e das xornalistas.

Táboa 65. Distribución das persoas enquisadas segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	129	41,6%
Non	181	58,4%
Total	310	100,0%

Gráfica 49. Distribución das persoas enquisadas segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.



Detalle para perfís de referencia.

Entre os menores de 30 anos é menor a proporción de profesionais que declaran traballar nunha empresa acollida a un convenio. Esta cuestión non visualiza diferencias significativas por razón de xénero (72,4% dos homes e 70% das mulleres traballa baixo convenio).

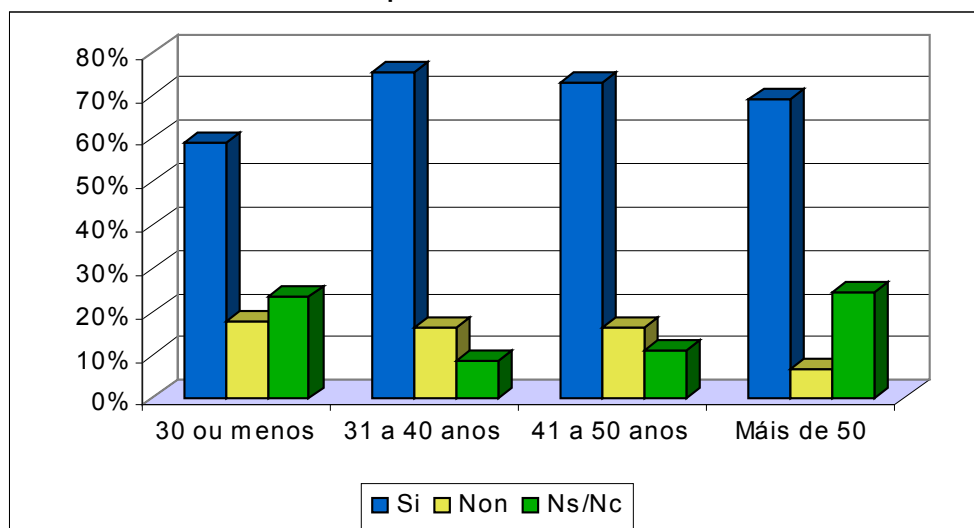
Si o fai ao ter en conta o medio no que traballan, por canto no ámbito da prensa e a televisión destaca o feito de que as persoas que responden afirmativamente a esta pregunta superen o 80%, baixando esta proporción nos restantes (destacan no mesmo sentido os ámbitos das axencias e medios electrónicos, aínda que presentan unha representatividade menor sobre a mostra).

Aínda que non aportan unha representatividade sectorial, cabe apuntar que entre as persoas enquisadas nas axencias e nos medios electrónicos destaca tamén a circunstancia de traballar acollidas a un convenio.

Táboa 66. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo traballen nunha empresa acollida a un convenio colectivo. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	58,9%	75,2%	72,8%	68,9%
Non	17,8%	16,4%	16,3%	6,7%
Ns/Nc	23,3%	8,4%	10,9%	24,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

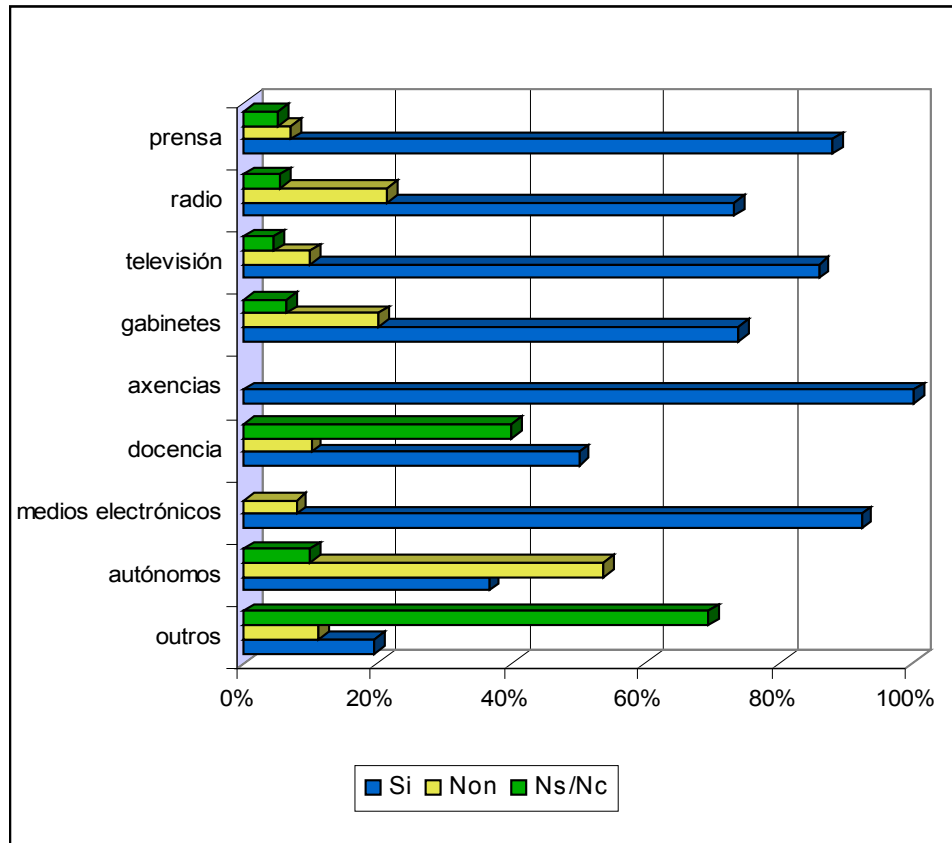
Gráfica 50. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo traballen nunha empresa acollida a un convenio colectivo.



Táboa 67. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo traballen nunha empresa acollida a un convenio colectivo. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinets	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos	outros
Si	88,0%	73,3%	85,9%	73,8%	100,0%	50,0%	92,3%	36,6%	19,4%
Non	7,0%	21,3%	9,8%	20,0%		10,0%	7,7%	53,7%	11,1%
Ns/Nc	5,1%	5,3%	4,3%	6,3%		40,0%		9,8%	69,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 51. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo traballen nunha empresa acollida a un convenio colectivo.

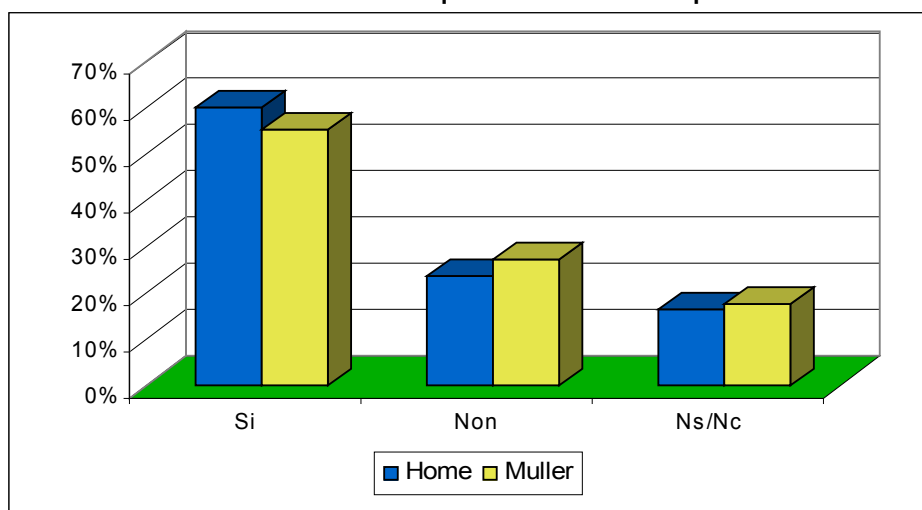


O nivel de coñecemento destes convenios amosa tamén diferencias por sexo, por canto é lixeiramente superior entre os homes; por idade, na medida en que é significativamente menor entre os menores de 31 anos; e segundo os diferentes medios, por canto é visiblemente maior no ámbito da prensa e, en menor medida, na televisión. Aínda que non aportan representatividade sectorial, cabe destacar que entre as persoas enquisadas que traballan en axencias e en medios electrónicos é maioritaria a presenza de persoas acollidas a convenio colectivo que coñecen o seu contido.

Táboa 68. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Si	60,1%	55,1%
Non	23,5%	27,2%
Ns/Nc	16,4%	17,7%
Total	100,0%	100,0%

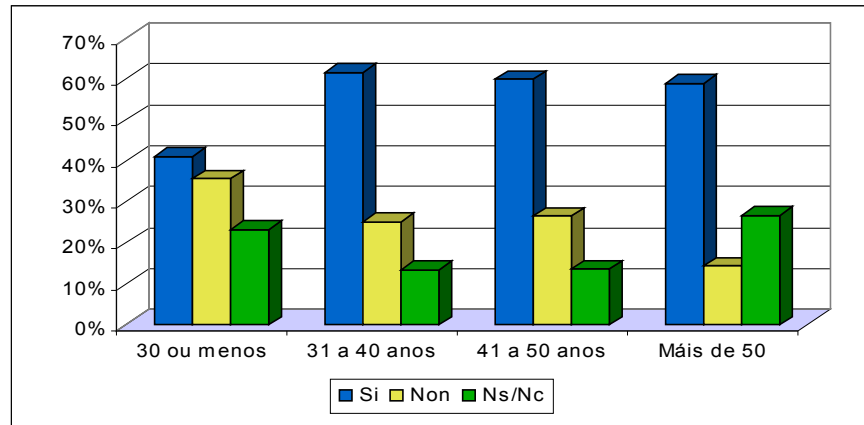
Gráfica 52. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.



Táboa 69. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	41,1%	61,5%	59,9%	58,9%
Non	35,6%	25,2%	26,5%	14,4%
Ns/Nc	23,3%	13,3%	13,6%	26,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

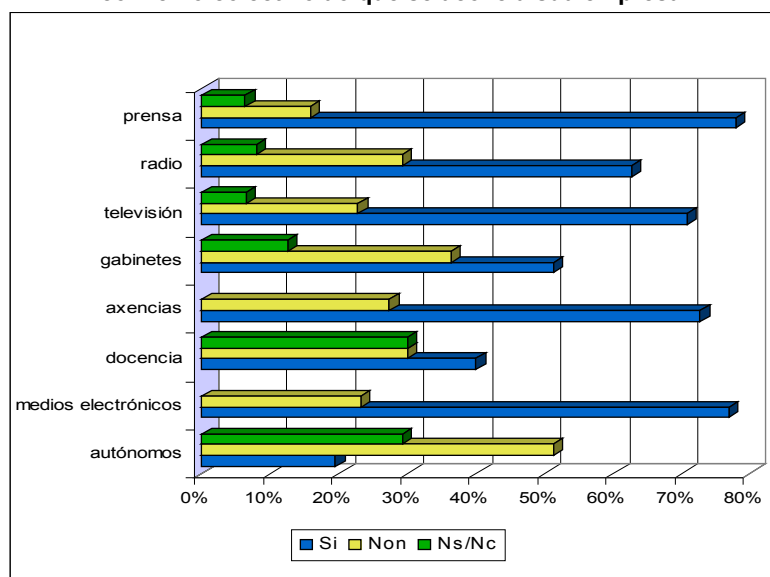
Gráfica 53. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.



Táboa 70. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	77,8%	62,7%	70,7%	51,3%	72,7%	40,0%	76,9%	19,5%
Non	15,8%	29,3%	22,8%	36,3%	27,3%	30,0%	23,1%	51,2%
Ns/Nc	6,3%	8,0%	6,5%	12,5%		30,0%		29,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 54. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo coñezan o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.

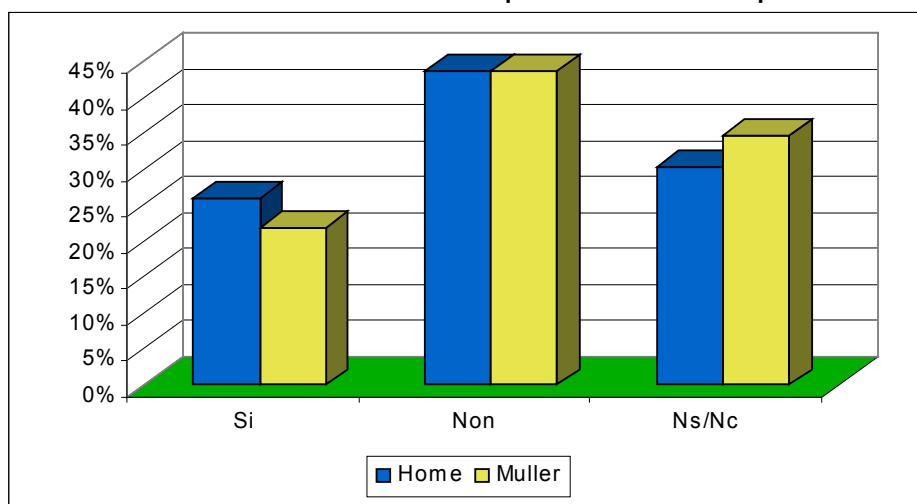


Tamén á hora de valorar se o convenio é axeitado ás necesidades dos e das profesionais do xornalismo é posible constatar diferencias segundo estes perfís. Así, entre as mulleres é lixeiramente inferior a porcentaxe de casos que responde afirmativamente a esta cuestión; o mesmo ocorre claramente entre os máis novos e máis novas. No que toca aos diferentes medios, son os gabinetes e a radio aqueles nos que a proporción de casos que valoran positivamente os convenios é destacadamente inferior aos restantes. Aínda que non aportan unha representatividade sectorial, esta circunstancia está tamén moi presente entre as persoas enquisadas en axencias, docencia e medios electrónicos.

Táboa 71. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Si	25,9%	21,8%
Non	43,7%	43,6%
Ns/Nc	30,4%	34,6%
Total	100,0%	100,0%

Gráfica 55. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.

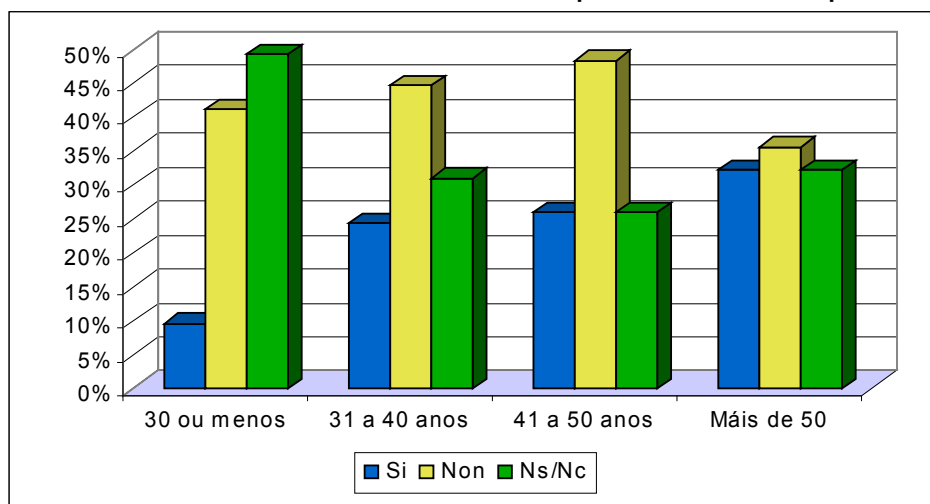


Táboa 72. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.

Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	9,6%	24,3%	25,9%	32,2%
Non	41,1%	44,7%	48,3%	35,6%
Ns/Nc	49,3%	31,0%	25,9%	32,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

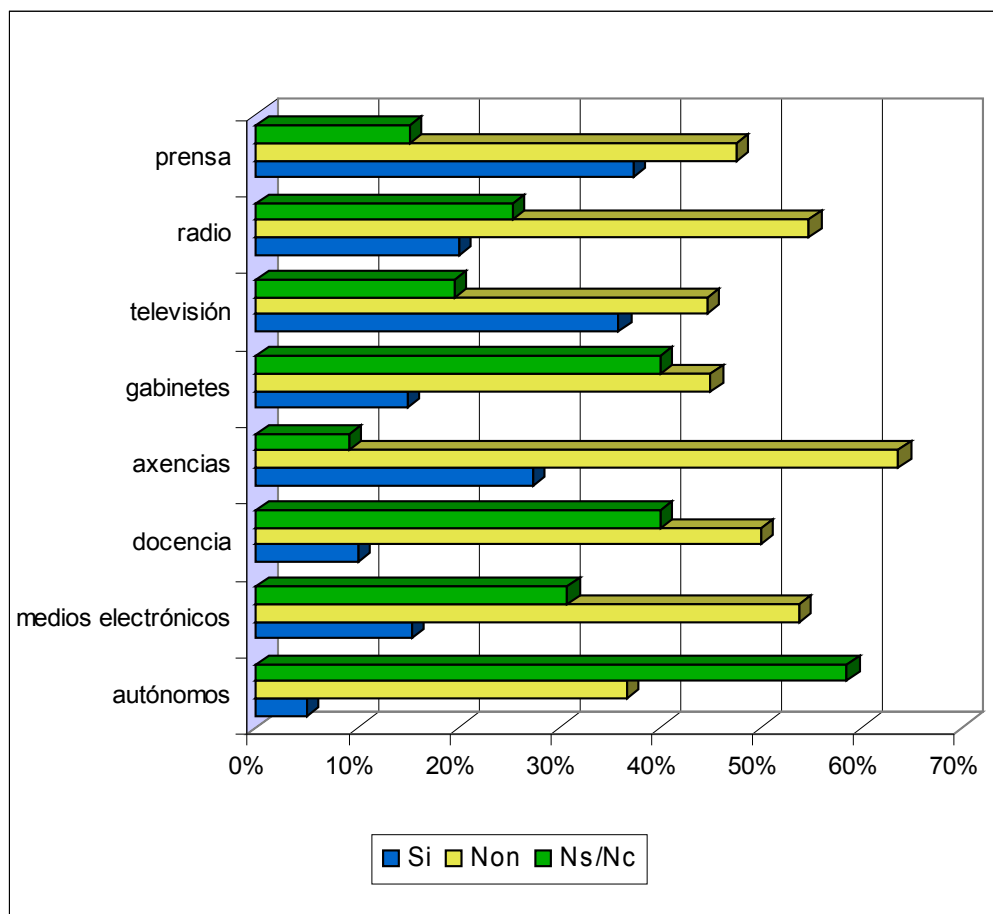
Gráfica 56. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.



Táboa 73. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa. Datos absolutos e en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	37,3%	20,0%	35,9%	15,0%	27,3%	10,0%	15,4%	4,9%
Non	47,5%	54,7%	44,6%	45,0%	63,6%	50,0%	53,8%	36,6%
Ns/Nc	15,2%	25,3%	19,6%	40,0%	9,1%	40,0%	30,8%	58,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 57. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo consideren axeitado o convenio colectivo ao que se acolle a súa empresa.



8.1 Valoración dos aspectos positivos e negativos dos convenios:

O cuestionario de enquisa incluía unha invitación a que os e as xornalistas expresasen cales eran os aspectos que consideraban máis positivos ou máis negativos do convenio colectivo ao que estaba acollida a empresa na que traballaban.

As achegas realizadas polas persoas que deron resposta a esta cuestión poden agruparse do seguinte xeito:

Aspectos que se consideran máis positivos:

Os aspectos citados con maior reiteración poden englobarse nos seguintes epígrafes:

- Cuestións económicas: incrementos e homoxeneización de salarios e pagas, compensación de horas extras, recoñecemento da antigüidade e, en definitiva, maior equilibrio na relación traballo-salario. 67 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Cuestións relativas á regulación do tempo de traballo: regulación de baixas, vacacións, excedencias e días de asuntos propios. Regulación da duración da xornada laboral, e do tempo da fin de semana. 76 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Cuestións relativas á esencia e función de que exista o convenio: enfatizándose a virtualidade de que exista para garantir unha mínima defensa e amparo dos dereitos básicos dos traballadores e das traballadoras, así como o reforzo das súas reivindicacións, garantindo as condicións laborais e a súa homoxeneización, así como a existencia dun referente sectorial. 34 casos expresan a súa opinión nesta liña.

Outros aspectos de carácter máis específico citados con frecuencia:

- Regulación de cuestións relativas á conciliación da vida persoal, familiar e profesional: en definitiva, atención ao tratamento que merece a maternidade a través de axudas, libranzas, etc. 21 casos expresan a súa opinión a este respecto.

- Consideración do posto de traballo: equiparación de postos e definición de funcións. 9 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Coberturas sociais: existencia de fondo social, axudas familiares e sanitarias, etc. 28 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Cuestións relativas á situación e proxección profesional: garantías de estabilidade, formación, excedencias. 8 casos expresan a súa opinión nesta liña.

Aspectos que se consideran máis negativos:

Os aspectos citados con maior reiteración poden englobarse nos seguintes epígrafes:

- Regulación deficitaria do tempo de traballo: horarios pouco flexibles ou pouco equitativos, non regulación de libranzas e descansos, das vacacións, ou do alongamento da xornada laboral (horas extras) e da súa compensación. 51 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

En ocasións, esta liña de crítica incide no impacto destes déficits sobre a posibilidade dos traballadores e traballadoras de conciliar vida persoal, familiar e profesional. 11 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

- Regulación deficitaria dos aspectos salariais: fálase principalmente de táboas salariais confusas na súa aplicación ou non axustadas ás categorías ou ao traballo realizado, dun salario non satisfactorio e da non compensación de excesos na xornada (horas extras), ou, ás veces, da non inclusión de cláusulas de revisión salarial. 58 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.
- Regulación, ou actualización, deficitaria de categorías profesionais, así como de postos e funcións; o que da pé a que non se axusten ás especificidades do traballo e á existencia de asimetrías asociadas a esta situación. Fálase tamén da pouca atención á promoción interna e ao ascenso. 29 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

Relacionado co anterior, incídese na falla de atención á redución da contratación eventual ou a incentivos á estabilidade. Con frecuencia, denúnciase que o convenio favorece claramente ao persoal fixo e minimamente ao persoal máis temporal. 11 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

- En relación ao convenio en canto que instrumento: fálase da necesidade dunha maior atención a mecanismos de revisión e seguimento do convenio e a súa execución; así como, da necesidade de maior claridade e participación do persoal na súa elaboración e seguimento. 7 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.
- Na súa concepción xeral, os convenios son frecuentemente criticados por ter un carácter ríxido, xeralista e abstracto, ou excesivamente básico. 8 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

Esta liña de crítica concrétase moi frecuentemente en que o convenio ten unha difícil adaptación ás necesidades dos e das xornalistas. 17 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

Exprésase tamén que o convenio está "pouco adaptado" ás necesidades específicas de determinados traballadores e traballadoras (por estar en emisoras locais, etc.). 10 casos inciden coa súa opinión neste aspecto. Ou que o convenio non se adapta "aos tempos"; por exemplo, ao non contemplar o traballo en rede, a defensa dos dereitos de autor, a loita contra o intrusismo, a dignificación da profesión de xornalista, mesmo demandándose a obrigatoriedade desta titulación para poder exercer, etc. 11 casos inciden coa súa opinión neste aspecto.

9 Valoración xeral do entorno de traballo.

Descrición xeral de datos.

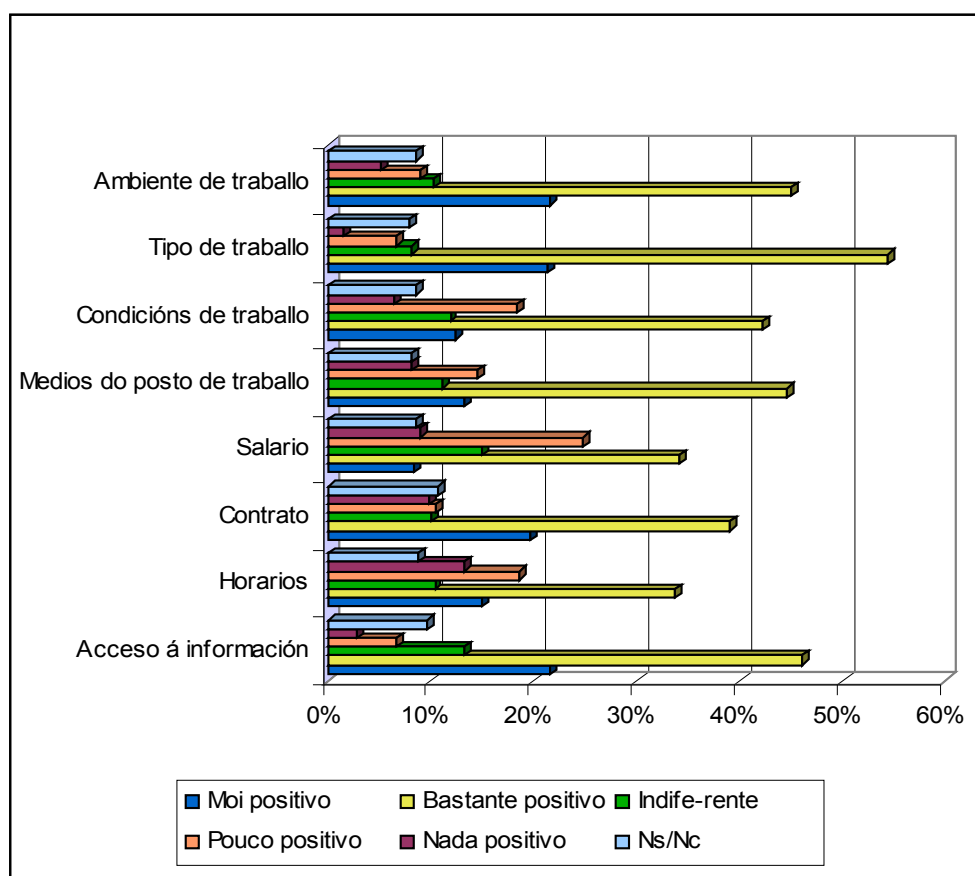
Recóllese neste epígrafe a valoración subxectiva que realizaron as persoas que responderon á enquisa ao respecto dun conxunto de elementos relativos ao seu entorno directo de traballo.

As consideracións recollidas establecen un marco de contraste cos dous epígrafes anteriores, nos que predominaba unha perspectiva descritiva, ao aportar unha estimación do potencial nivel de satisfacción dos e das xornalistas.

Táboa 74. Distribución das persoas enquisadas segundo valoren diferentes aspectos relativos ao seu entorno de traballo. Datos en porcentaxe.

	Moi positivo	Bastante positivo	Indiferente	Pouco positivo	Nada positivo	Ns/Nc	Total
Ambiente de traballo	21,6%	45,1%	10,3%	9,1%	5,2%	8,6%	100%
Tipo de traballo	21,3%	54,3%	8,2%	6,7%	1,5%	8%	100%
Condicións de traballo	12,5%	42,2%	11,9%	18,3%	6,5%	8,6%	100%
Medios do posto de traballo	13,2%	44,6%	11,2%	14,6%	8,2%	8,2%	100%
Salario	8,4%	34,1%	14,9%	24,8%	9,1%	8,6%	100%
Contrato	19,6%	39%	10,1%	10,6%	9,9%	10,8%	100%
Horarios	14,9%	33,8%	10,4%	18,7%	13,2%	8,9%	100%
Acceso á información	21,5%	46,1%	13,2%	6,7%	2,8%	9,7%	100%

Gráfica 58. Distribución das persoas enquisadas segundo valoren diferentes aspectos relativos ao seu entorno de traballo.



O aspecto máis valorado ven sendo, en definitiva, a natureza do propio desempeño xornalístico. Así, destacan polo recoñecemento que reciben os epígrafes relativos ao “tipo de traballo”, o “acceso á información” e o “ambiente no posto de traballo”; con porcentaxes de mais do 65% que os consideran moi ou bastante positivos.

Por contra, son o salario e os horarios os aspectos que visualizan unha maior porcentaxe de respostas que os consideran pouco ou nada positivos. No mesmo sentido destacan, aínda que en menor medida, o contrato e os medios e condicións de traballo.

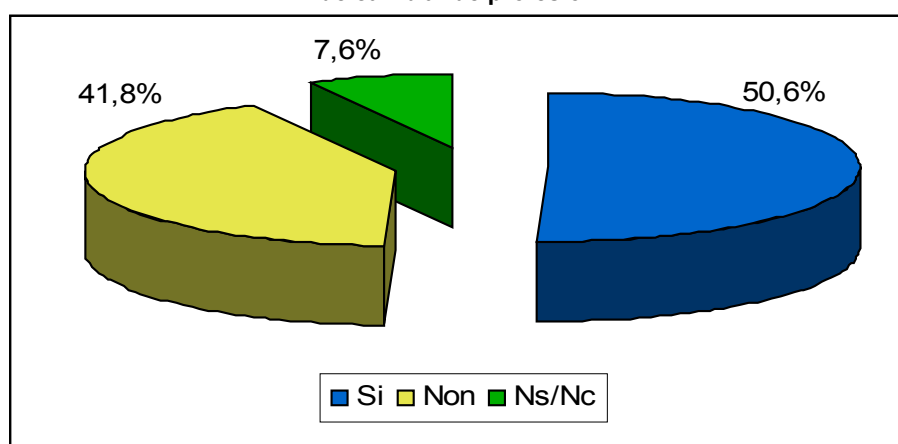
Esta é unha cuestión que non debera sorprender, na medida en que nos epígrafes anteriores se visualizaba a existencia dunha proporción significativa de casos que tiñan unha retribución por baixo dos 1000 € netos ao mes, facían horas extraordinarias, e traballaban máis de 5 días na semana ou máis de 8 horas ao día. Do mesmo xeito que existía unha porcentaxe destacable de persoas que non tiña acceso a determinados recursos ou se atopaba nunha situación contractual temporal ou precaria.

É por isto que non debe sorprender tampouco o feito de que practicamente a metade dos e das xornalistas manifeste ter sentido gañas de mudar de profesión.

Táboa 75 . Distribución da mostra de enquisados segundo recoñezan ter sentido gañas de cambiar de profesión. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	271	50,6%
Non	224	41,8%
Ns/Nc	41	7,6%
Total	536	100,0%

Gráfica 59 . Distribución da mostra de enquisados segundo recoñezan ter sentido gañas de cambiar de profesión.



As valoracións expostas suxiren, por tanto, que unha proporción significativa dos e das profesionais do xornalismo en Galicia experimenta, ou puido experimentar nalgún momento, o impacto de distintos elementos de insatisfacción profesional.

Detalle para perfís de referencia.

Entre as mulleres é visible a existencia dunha porcentaxe de satisfacción notoriamente menor coas condicións e medios de traballo, así como co salario.

Táboa 76. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo valoren como moi ou bastante positivo os seguintes aspectos relativos ao entorno de traballo. Datos en porcentaxe.

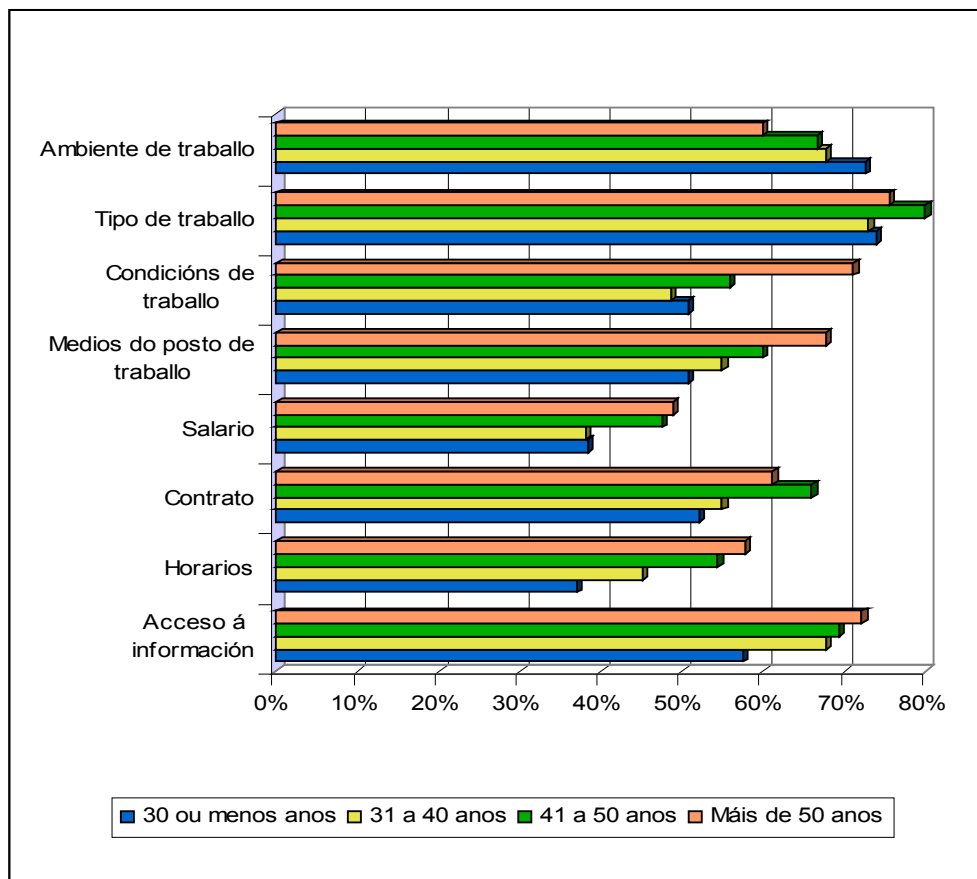
	Home	Muller
Ambiente de traballo	66,2%	67,5%
Tipo de traballo	77,5%	73,3%
Condicións de traballo	60,4%	47,7%
Medios do posto de traballo	61,1%	53,9%
Salario	47,4%	36,6%
Contrato	60,4%	56,4%
Horarios	49,8%	47,3%
Acceso á información	67,2%	67,9%

En xeral, a porcentaxe de profesionais que valora como moi ou bastante positivos os aspectos considerados tende a crecer a medida que aumenta a idade.

Táboa 77. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo valoren como moi ou bastante positivo os seguintes aspectos relativos ao entorno de traballo. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50 anos
Ambiente de traballo	72,6%	67,7%	66,7%	60%
Tipo de traballo	74%	73%	80,3%	75,6%
Condicións de traballo	50,7%	48,7%	55,8%	71,1%
Medios do posto de traballo	50,7%	54,9%	59,9%	67,8%
Salario	38,4%	38,1%	47,6%	48,9%
Contrato	52,1%	54,9%	66%	61,1%
Horarios	37%	45,1%	54,4%	57,8%
Acceso á información	57,5%	67,7%	69,4%	72,2%

Gráfica 60. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo valoren como moi ou bastante positivo os seguintes aspectos relativos ao entorno de traballo.

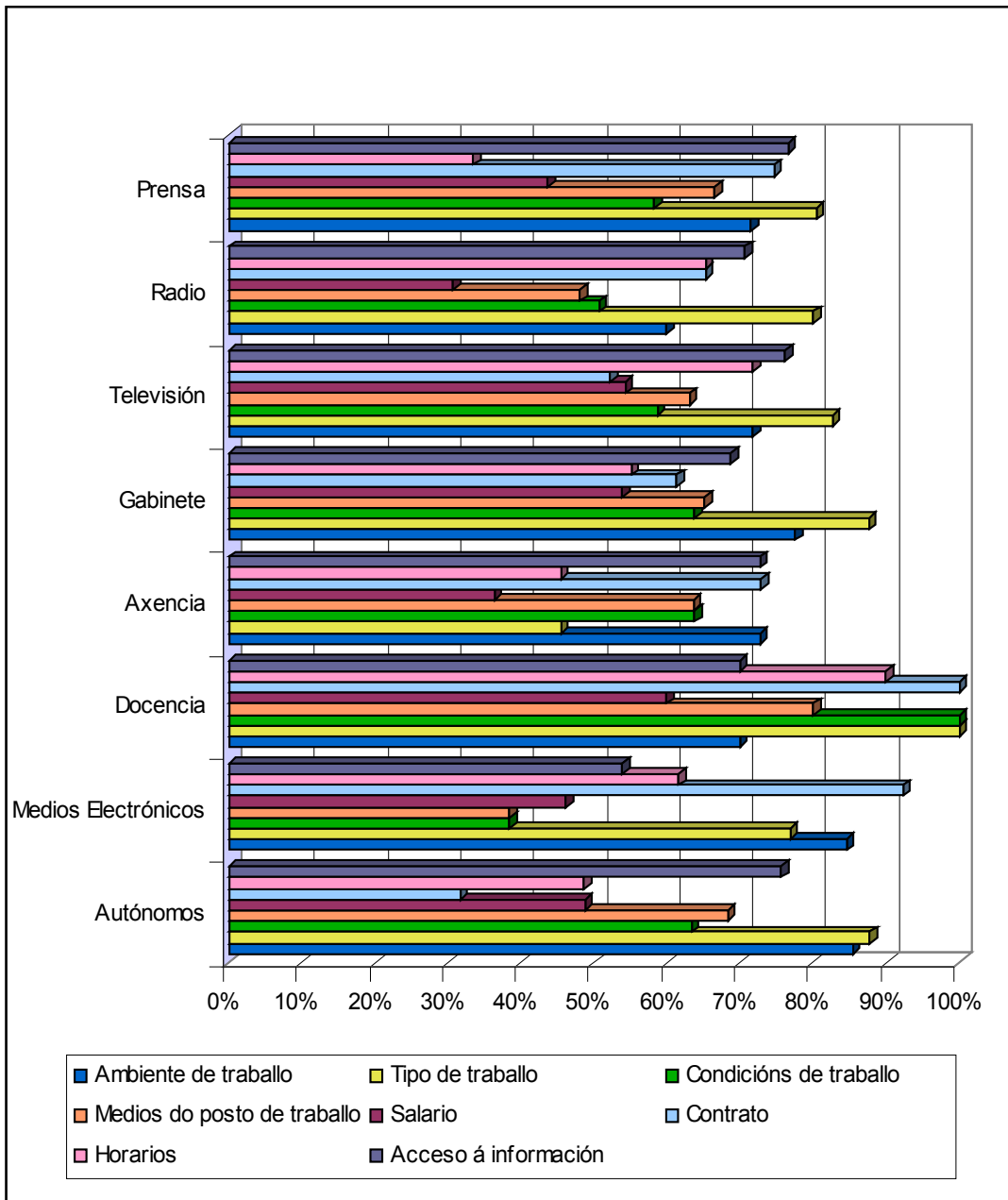


En todo caso, a insatisfacción aparece como máis marcada nos grupos de menor idade ao respecto das condicións de traballo, os horarios, o salario e o acceso á información. Unicamente, e nunha tendencia inversa, a porcentaxe de profesionais que valoran como moi ou bastante positivo o ambiente de traballo decrece a medida que aumenta a idade.

Táboa 78. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo valoren como moi ou bastante positivo os seguintes aspectos relativos ao entorno de traballo. Datos en porcentaxe.

	Prensa	Radio	Televisión	Gabinete	Axencia	Docencia	Medios Electrónicos	Autónomos
Ambiente de traballo	71,5%	60%	71,7%	77,6%	72,7%	70%	84,6%	85,4%
Tipo de traballo	80,4%	80%	82,6%	87,6%	45,5%	100%	76,9%	87,8%
Condicións de traballo	58,3%	50,7%	58,7%	63,8%	63,7%	100%	38,5%	63,4%
Medios do posto de traballo	66,5%	48%	63,1%	65,1%	63,6%	80%	38,5%	68,3%
Salario	43,7%	30,7%	54,3%	53,8%	36,4%	60%	46,2%	48,8%
Contrato	74,7%	65,3%	52,2%	61,3%	72,8%	100%	92,3%	31,7%
Horarios	33,5%	65,3%	71,7%	55,1%	45,5%	90%	61,5%	48,7%
Acceso á información	76,6%	70,7%	76,1%	68,8%	72,7%	70%	53,9%	75,6%

Gráfica 61. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo valoren como moi ou bastante positivo os seguintes aspectos relativos ao entorno de traballo.



En canto ás diferenzas que poden visualizarse nos diferentes medios considerados, merece a pena detallar a situación específica para cada un dos epígrafes contemplados nesta análise.

Así, cómpre destacar a valoración do ambiente de traballo entre autónomos/as e gabinetes, mentres que a radio visualiza a menor porcentaxe de casos que o entenden como moito ou bastante positivo.

A valoración do tipo e condicións de traballo como moi ou bastante positivo é lixeiramente máis destacable entre autónomos/as e profesionais dos gabinetes. No que toca aos medios, cómpre facer referencia a que no ámbito da radio existe unha proporción significativamente menor de persoas satisfeitas con este aspecto.

O contrato provoca unha insatisfacción máis relevante entre autónomos/as e no ámbito da televisión.

Sendo o elemento que provoca unha maior insatisfacción, o salario ten unha valoración significativamente máis negativa no ámbito da radio, e, en menor medida, da prensa e autónomos/as.

Os horarios son claramente peor valorados na prensa.

Aínda que non aportan unha representatividade sectorial, cabe destacar que entre as persoas enquisadas nos medios electrónicos é moi frecuente valorar en menor medida as condicións e os medios do posto de traballo e o salario; do mesmo xeito que ocorre para o salario entre as que o foron no ámbito das axencias.

10 Coñecemento de casos de discriminación de xénero.

Descrición xeral de datos.

Ate un significativo 16,6% dos e das xornalistas afirma coñecer casos de discriminación en función de xénero na súa propia empresa.

Esta porcentaxe ascende ate un 41% se esta valoración se refire á realidade doutras empresas.

Estes datos permiten afirmar que para unha porcentaxe significativa dos e das xornalistas a discriminación en función do xénero é unha situación palpable e presente no sector da comunicación en Galicia.

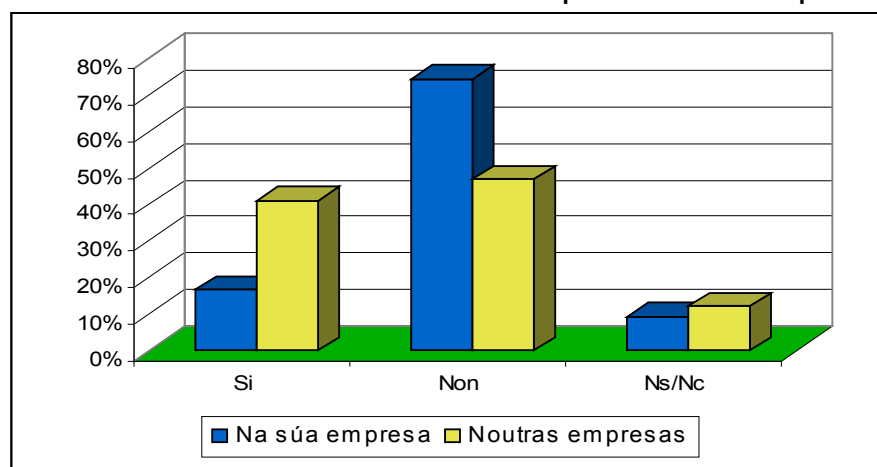
Táboa 79. Distribución das persoas enquisadas segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función de xénero na súa empresa. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	89	16,6%
Non	397	74,1%
Ns/Nc	50	9,3%
Total	536	100,0%

Táboa 80. Distribución das persoas enquisadas segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función de xénero noutras empresas. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Frecuencia	porcentaxe
Si	220	41,0%
Non	251	46,8%
Ns/Nc	65	12,1%
Total	536	100,0%

Gráfica 62. Distribución das persoas enquisadas segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función de xénero na súa empresa ou noutras empresas.



Detalle para perfís de referencia.

A proporción de xornalistas que afirma coñecer casos de discriminación por xénero na súa empresa é visiblemente máis alta entre as mulleres, así como nos grupos de idade máis nova. Atendendo ás diferencias existentes entre os diferentes medios considerados no estudo, cabe salientar o ámbito da prensa, a radio e a televisión pola significación da porcentaxe de respostas afirmativas a este respecto (segundo o seu peso estatístico na mostra).

Táboa 81 . Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero na súa empresa. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Si	10,9%	23,5%
Non	79,9%	67,1%
Ns/Nc	9,2%	9,5%
Total	100,0%	100,0%

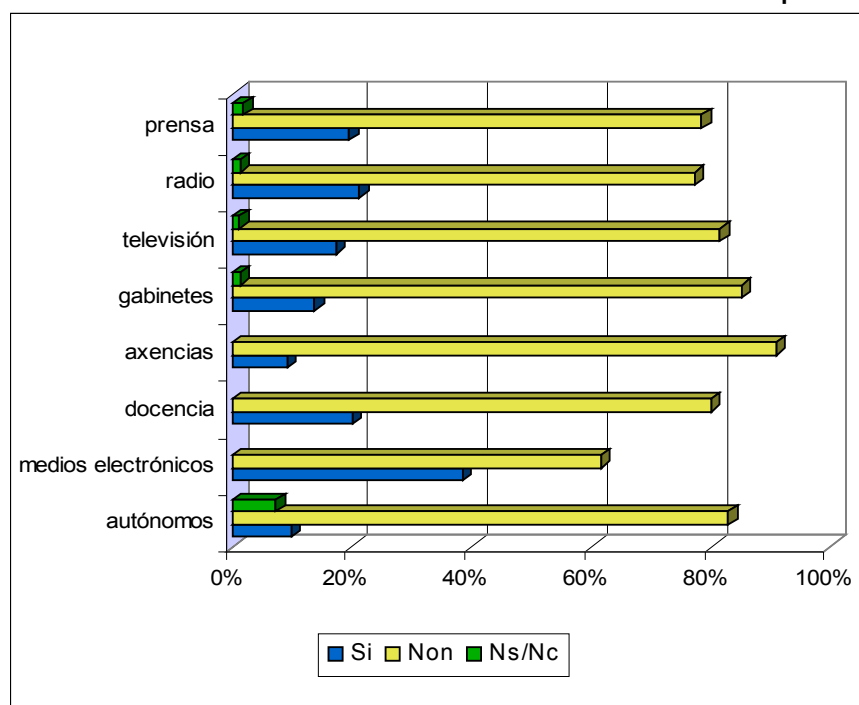
Táboa 82. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero na súa empresa. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	24,7%	18,6%	12,2%	12,2%
Non	68,5%	75,2%	76,2%	72,2%
Ns/Nc	6,8%	6,2%	11,6%	15,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Táboa 83. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero na súa empresa. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	19,6%	21,3%	17,4%	13,8%	9,1%	20,0%	38,5%	9,8%
Non	78,5%	77,3%	81,5%	85,0%	90,9%	80,0%	61,5%	82,9%
Ns/Nc	1,9%	1,3%	1,1%	1,3%				7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 63. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero na súa empresa.



Entre as mulleres é tamén significativamente maior o coñecemento de casos de discriminación de xénero noutras empresas que entre os homes. De igual xeito, a porcentaxe de persoas que responde afirmativamente a esta cuestión é máis alta nos grupos de idade máis novos. Atendendo ás diferencias existentes entre os diferentes medios, no ámbito dos gabinetes, dos/das autónomos/as, e da radio é máis significativa a constancia de casos de discriminación.

Táboa 84. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero noutras empresas. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Si	32,8%	51,0%
Non	55,3%	36,6%
Ns/Nc	11,9%	12,3%
Total	100,0%	100,0%

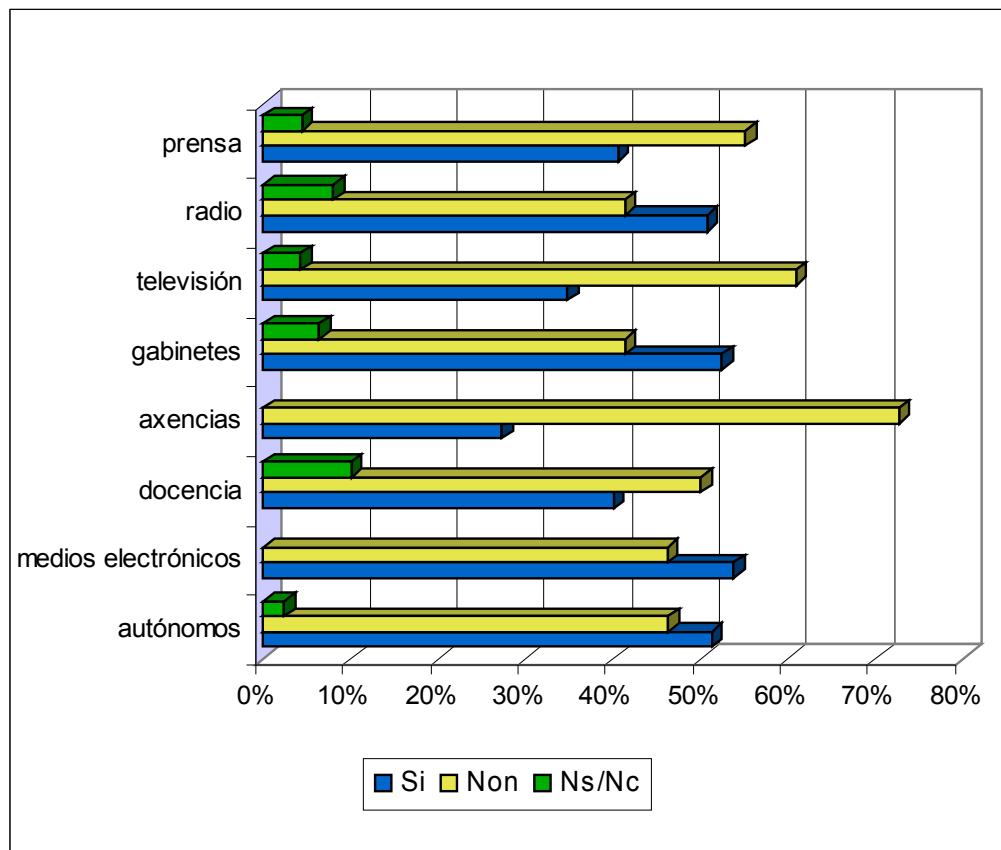
Táboa 85. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero noutras empresas. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Si	45,2%	44,7%	38,8%	32,2%
Non	43,8%	46,0%	49,7%	46,7%
Ns/Nc	11,0%	9,3%	11,6%	21,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Táboa 86. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero noutras empresas. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinetes	axencias	docencia	medios electrónicos	autónomos
Si	40,5%	50,7%	34,8%	52,5%	27,3%	40,0%	53,8%	51,2%
Non	55,1%	41,3%	60,9%	41,3%	72,7%	50,0%	46,2%	46,3%
Ns/Nc	4,4%	8,0%	4,3%	6,3%		10,0%		2,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Gráfica 64. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero noutras empresas.



11 Valoración da realidade do sector da comunicación.

Abordarase neste epígrafe un achegamento ao xeito en que os e as xornalistas valoran aos medios nos que desenvolven a súa actividade, nunha comparativa co contexto xeral do sector da comunicación en Galicia.

Esta comparativa referirase ao xeito en que estes medios reflicten a realidade galega, ao nivel de satisfacción laboral percibido entre os e as xornalistas e á consideración e prestixio de que goza o colectivo de profesionais do xornalismo neste marco social.

Táboa 87. Distribución das persoas enquisadas segundo o seu grao de acordo coas seguintes expresións relativas ao sector da comunicación. Datos en porcentaxes

	Sempre	As veces	Ocasionalmente	Nunca	Ns/Nc
O meu medio reflicte a realidade galega fielmente	6%	37,5%	24,6%	8,8%	23.1%
Os outros medios reflicten a realidade galega fielmente	1,3%	26,9%	41%	15,3%	15,5%
Os profesionais do meu medio valoran positivamente o seu traballo	7,5%	40,5%	25,4%	8,8%	17,9%
Os profesionais doutros medios valoran positivamente o seu traballo	3,4%	29,3%	33,4%	9,1%	24,8%
A consideración social dos e das xornalistas é mellor ca doutras profesións	0,6%	17,5%	33,8%	39,6%	8,6%
O prestixio social da profesión de xornalista mellorou nos últimos anos	1,3%	8%	28%	54,3%	8,4%
A cidadanía coñece a realidade profesional dos e das xornalistas		0,7%	18,3%	73,3%	7,6%

A tenor das opinións recollidas cabe realizar tres reflexións:

Polo xeral, os e as xornalistas enquisados valoran máis positivamente a “fidelidade” do propio medio que a do conxunto, aínda non sendo para nada compracentes en ambos aspectos.

Na mesma liña, é máis frecuente considerar que os profesionais valoran máis positivamente o seu traballo cando a referencia é o propio medio, do que se expresa para o conxunto.

No que toca á imaxe social do xornalismo, existe unha percepción xeneralizada de que a cidadanía coñece ocasionalmente, ou non o fai en absoluto, a realidade profesional dos e das xornalistas, así como de que o seu prestixio social non ten mellorado, en esencia, nos últimos anos.

En todo caso, hai unha porcentaxe significativa de persoas que, cando menos, entenden que a súa consideración social é, de cando en vez, mellor ca doutras profesións.

Detalle para perfís de referencia.

Pola súa significación, reproducirase a continuación de que xeito se distribúen segundo xénero, idade e medios as valoracións referidas ao propio medio e aos/ás xornalistas que traballan no mesmo.

Así, entre as mulleres existe unha opinión algo máis crítica ao respecto de como os e as profesionais do seu medio están a valorar o seu traballo. Do mesmo xeito ocorre nos grupos de menor idade ao respecto desta cuestión.

Táboa 88. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo consideren que no seu medio se dan “ocasionalmente” ou “nunca” estas circunstancias. Datos en porcentaxes.

	Homes	Mulleres
O meu medio reflicte a realidade galega fielmente	31,7%	35,4%
Os/as profesionais do meu medio valoran positivamente o seu traballo	29,7%	39,5%

Táboa 89. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo consideren que no seu medio se dan “ocasionalmente” ou “nunca” estas circunstancias. Datos en porcentaxes.

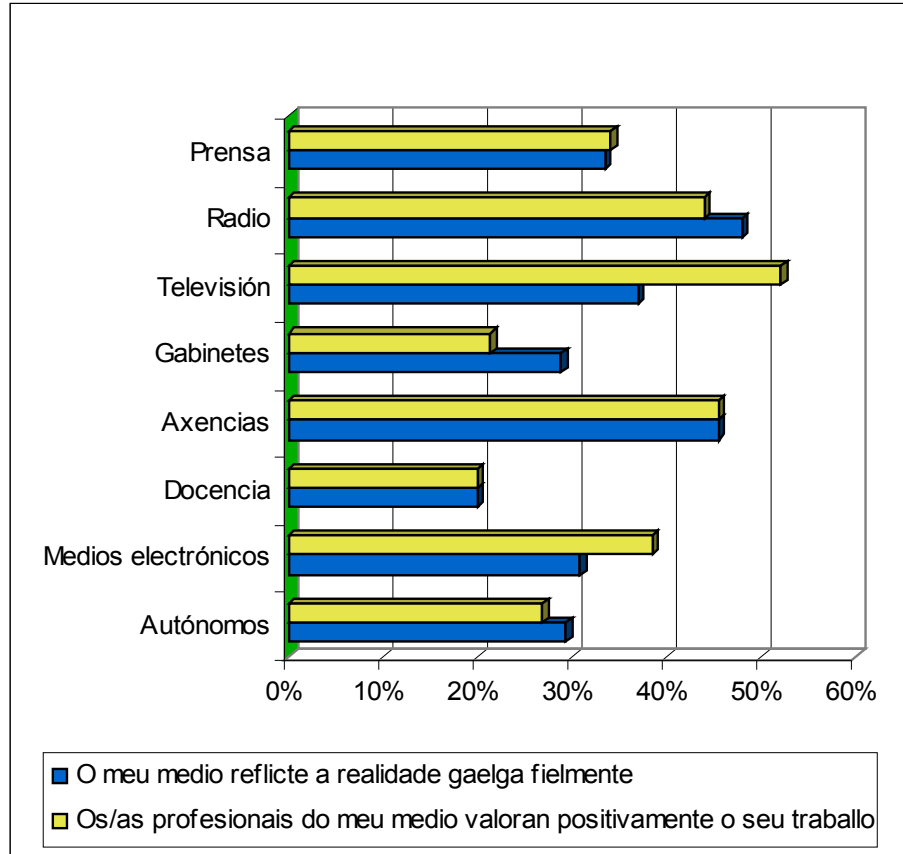
	30 ou menos anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50 anos
O meu medio reflicte a realidade galega fielmente	35,6%	35,4%	31,3%	30,0%
Os/as profesionais do meu medio valoran positivamente o seu traballo	37,0%	38,1%	29,3%	30,0%

No que toca á situación nos distintos medios, destacar o ámbito da radio pola significación da porcentaxe de profesionais que se amosa crítica co xeito en que o seu medio reflicte a realidade galega, ou ao respecto da valoración do seu traballo que realizan os/as profesionais que traballan no mesmo. O ámbito da televisión é especialmente crítico ao respecto deste último ítem.

Táboa 90. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e segundo consideren que no seu medio se dan “ocasionalmente” ou “nunca” estas circunstancias. Datos en porcentaxes.

	Prensa	Radio	Televisión	Gabinetes	Axencias	Docencia	Medios electrónicos	Autónomos
O meu medio reflicte a realidade galega fielmente	33,5%	48,0%	37,0%	28,8%	45,5%	20,0%	30,8%	29,3%
Os/as profesionais do meu medio valoran positivamente o seu traballo	34,2%	44,0%	52,2%	21,3%	45,5%	20,0%	38,5%	26,8%

Gráfica 65. Distribución das persoas enquisadas segundo medio e segundo consideren que no seu medio se dan “ocasionalmente” ou “nunca” estas circunstancias.



12 Grao de coñecemento e participación no ámbito dos axentes que vertebran ao sector.

Descrición xeral de datos.

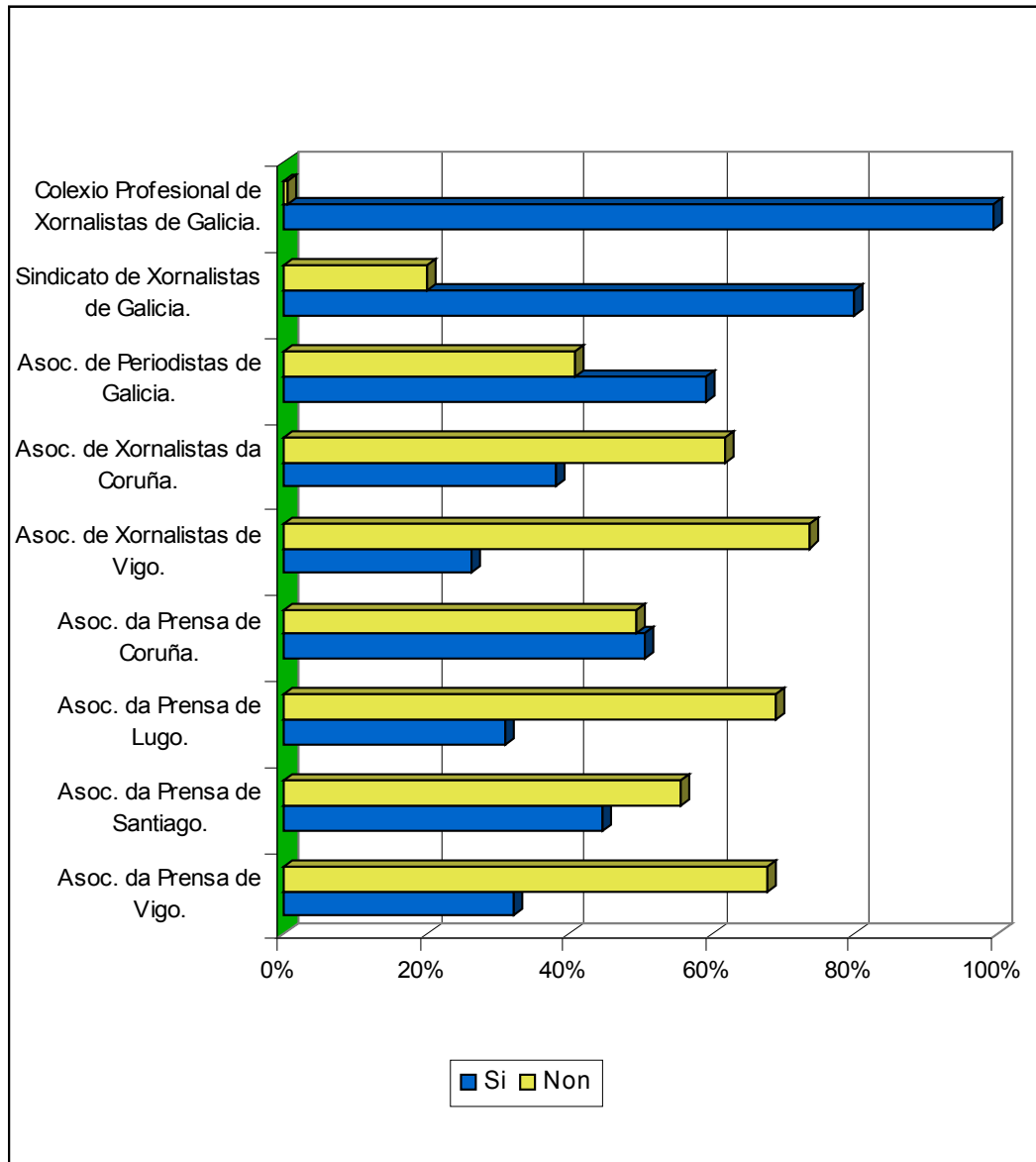
O cuestionario de enquisa atendía, por último, a dimensionar en que medida os e as xornalistas teñen coñecemento das diferentes entidades que pretenden actuar na súa representación, así como de que grao de implicación e proximidade manteñen cara ás mesmas.

Atenderase, en primeiro lugar, ao detalle da primeira das cuestións formuladas.

Táboa 91. Distribución das persoas segundo manifesten coñecer ás seguintes entidades. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Si		Non	
	Nº casos	%	Nº casos	%
Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia	533	99,4%	3	0,6%
Sindicato de Xornalistas de Galicia	428	79,9%	108	20,1%
Asociación de Periodistas de Galicia	317	59,1%	219	40,9%
Asociación de Xornalistas da Coruña	205	38,2%	331	61,8%
Asociación de Xornalistas de Vigo	141	26,3%	395	73,7%
Asociación da Prensa de Coruña	272	50,7%	264	49,3%
Asociación da Prensa de Lugo	167	31,2%	369	68,8%
Asociación da Prensa de Santiago	239	44,6%	297	55,4%
Asociación da Prensa de Vigo	173	32,3%	363	67,7%

Gráfica 66. Distribución das persoas segundo manifesten coñecer ás seguintes entidades.



Na medida en que unha maioría das persoas entrevistadas nesta enquisa o foi a través do Colexio Profesional de Xornalistas, ten sentido que esta entidade amose unha porcentaxe de coñecemento do 99,4% da mostra.

En cambio, cómpre destacar que o Sindicato de Xornalistas, que aporta unha parte moi pequena desta mostra, é coñecido polo 79,9% dos e das xornalistas; situándose, deste xeito, por diante das restantes entidades.

Na medida en que visualizan un nivel de coñecemento por riba do 50% da mostra, cabe destacar tamén o caso da Asociación de Periodistas de Galicia e da Asociación de Prensa da Coruña. Por baixo deste umbral, e nalgúns casos a considerable distancia, atópanse as restantes asociacións.

Outra cuestión é, obviamente, o nivel de participación nas entidades que vertebran e representan ao sector.

Táboa 92. Distribución das persoas segundo manifesten estar inscritas nalgunha das seguintes entidades. Datos absolutos e en porcentaxe.

	Si		Non	
	Nº casos	%	Nº casos	%
Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia	485	90,5%	51	9,5%
Sindicato de Xornalistas de Galicia	81	15,1%	455	84,9%
Asociación de Periodistas de Galicia	22	4,1%	514	95,9%
Asociación de Xornalistas da Coruña	9	1,7%	527	98,3%
Asociación de Xornalistas de Vigo	4	0,7%	532	99,3%
Asociación da Prensa de Coruña	35	6,5%	501	93,5%
Asociación da Prensa de Lugo	11	2,1%	525	97,9%
Asociación da Prensa de Santiago	16	3%	520	97%
Asociación da Prensa de Vigo	4	0,7%	532	99,3%

Novamente hai que explicitar que as persoas que responderon á enquisa o fixeron a través dun convite realizado desde o Colexio Profesional de Xornalistas ou desde o Sindicato de Xornalistas; polo que a porcentaxe de persoas que explicitan estar inscritos nestas entidades ten unha relación obvia con este feito. Cómpre resaltar que en 27 dos casos nos que se deu resposta ao cuestionario remitido desde o Colexio, se declara estar afiliado ao Sindicato; así como que 3 das persoas que responderon ao remitido desde esta última entidade manifestan estar colexiados.

No que toca ás restantes entidades, e partindo do sesgo que pode introducir a selección de enquisados e enquisadas, cabe valorar que os datos recollidos visualizan un baixo nivel de persoas inscritas no ámbito asociativo.

13 Datos e valoracións dos servizos do Colexio Profesional de Xornalistas e o Sindicato de Xornalistas.

O cuestionario permitiu tamén dimensionar cal é o nivel de proximidade e satisfacción que mostra o colectivo de profesionais do xornalismo con respecto aos servizos que prestan o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e o Sindicato de Xornalistas de Galicia.

13.1 Datos relativos ao número de usuarios e usuarias dos servizos e actividades realizados.

Como era de esperar, máis da metade das persoas enquisadas manifesta ter empregado os servizos do Colexio, ou acudido ás súas actividades. A porcentaxe baixa no relativo aos servizos e actividades que oferta o Sindicato, por canto se sitúa nun 11,2% da mostra.

Táboa 93. Distribución das persoas enquisadas segundo teñan empregado os servizos ou acudido ás actividades que oferta o Colexio Profesional de Xornalistas. Datos absolutos e en porcentaxes

	Frecuencia	porcentaxe
Non	218	40,7%
Si	318	59,3%
Total	536	100,0%

Táboa 94. Distribución das persoas enquisadas segundo teñan empregado os servizos ou acudido ás actividades que oferta o Sindicato de Xornalistas. Datos absolutos e en porcentaxes

	Frecuencia	porcentaxe
Non	476	88,8%
Si	60	11,2%
Total	536	100,0%

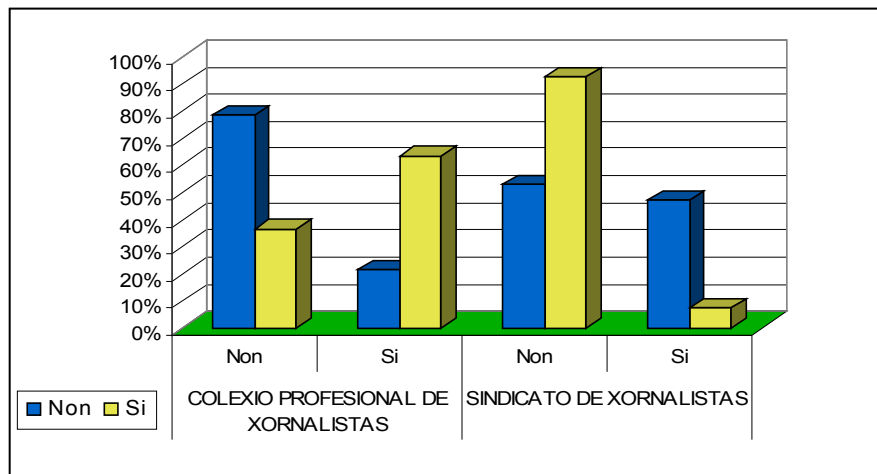
Afondando nesta cuestión, cómpre resaltar que entre as persoas que declaran estar inscritos no Colexio, un 63,3% manifesta ter empregado servizos ou acudido ás actividades que oferta esta entidade (307 casos). Entre estas persoas, tan só un 7,4% (36 casos) manifesta o mesmo ao respecto de servizos e actividades organizadas desde o Sindicato.

Entre as persoas que declaran estar afiliadas ao Sindicato, un 63% manifesta ter empregado os servizos, ou acudido ás actividades, que oferta esta entidade (51 casos). Entre estas, un 44,4% manifesta o mesmo ao respecto dos servizos e actividades do Colexio (36 casos).

Táboa 95. Distribución das persoas enquisadas que están inscritas no Colexio Profesional de Xornalistas e teñen participado nos seus servizos e actividades ou nos servizos e actividades do Sindicato de Xornalistas. Datos en porcentaxes.

	ACTIVIDADES COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS			ACTIVIDADES SINDICATO DE XORNALISTAS		
	Non	Si	Total	Non	Si	Total
Non	78,4%	21,6%	100%	52,9%	47,1%	100%
Si	36,7%	63,3%	100%	92,6%	7,4%	100%
Total	40,7%	59,3%	100%	88,8%	11,2%	100%

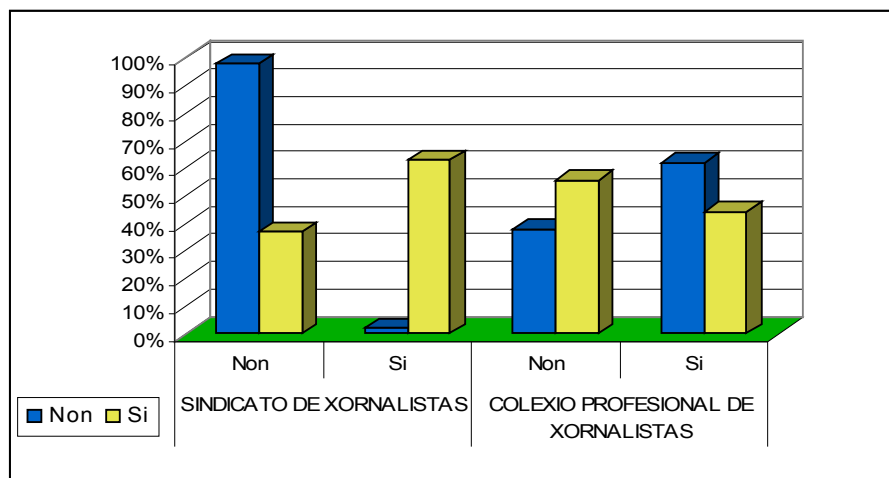
Gráfica 67. Distribución das persoas enquisadas que están inscritas no Colexio Profesional de Xornalistas e teñen participado nos seus servizos e actividades ou nos servizos e actividades do Sindicato de Xornalistas.



Táboa 96. Distribución das persoas enquisadas que están afiliadas ao Sindicato de Xornalistas e teñen participado nos seus servizos e actividades ou nos servizos e actividades do Colexio Profesional de Xornalistas. Datos en porcentaxes.

	ACTIVIDADES SINDICATO DE XORNALISTAS			ACTIVIDADES COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS		
	Non	Si	Total	Non	Si	Total
Non	98,0%	2,0%	100%	38,0%	62,0%	100%
Si	37,0%	63,0%	100%	55,6%	44,4%	100%
Total	88,8%	11,2%	100%	40,7%	59,3%	100%

Gráfica 68. Distribución das persoas enquisadas que están afiliadas ao Sindicato de Xornalistas e teñen participado nos seus servizos e actividades ou nos servizos e actividades do Colexio Profesional de Xornalistas.



Descrición para perfís de referencia.

Ao respecto do perfil das persoas que participaron dos servizos e actividades desenvolvidas desde o Colexio, as táboas anexas permiten visualizar que entre as mulleres hai unha porcentaxe lixeiramente maior de implicación nas mesmas. A distribución por idades non visualiza grandes diferencias. No ámbito da prensa e a televisión (e os medios electrónicos) é lixeiramente menor a proporción de usuarios e usuarias (o mesmo apunta, aínda que cunha representatividade estatística menor, nos medios electrónicos).

Táboa 97. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo participaron nos servizos e actividades realizados polo Colexio de Xornalistas. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Non	43,7%	37,0%
Si	56,3%	63,0%
Total	100,0%	100,0%

Táboa 98. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo participaron nos servizos e actividades realizados polo Colexio de Xornalistas. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Non	42,5%	38,5%	40,8%	44,4%
Si	57,5%	61,5%	59,2%	55,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Táboa 99. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo participaron nos servizos e actividades realizados polo Colexio de Xornalistas. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinete	axencia	docencia	medios electrónicos	autónomo
Non	53,2%	33,3%	44,6%	27,5%	18,2%	30%	46,2%	29,3%
Si	46,8%	66,7%	55,4%	72,5%	81,8%	70%	53,8%	70,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ao respecto do perfil de persoas participantes nos servizos e actividades desenvolvidas desde o Sindicato, cómpre dicir que entre as mulleres dáse unha proporción lixeiramente maior; do mesmo xeito que no grupo de idade máis nova (30 ou menos anos).

No tocante aos diferentes medios, o ámbito das axencias e dos medios electrónicos presenta a maior proporción de participantes, aínda que o seu peso estatístico na mostra non permita establecer este dato como unha tendencia.

Táboa 100. Distribución das persoas enquisadas segundo xénero e segundo participaron nos servizos e actividades realizados polo Sindicato de Xornalistas. Datos en porcentaxe.

	Home	Muller
Non	90,4%	86,8%
Si	9,6%	13,2%
Total	100,0%	100,0%

Táboa 101. Distribución das persoas enquisadas segundo grupos de idade e segundo participaron nos servizos e actividades realizados polo Sindicato de Xornalistas. Datos en porcentaxe.

	30 ou menos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Máis de 50
Non	76,7%	85,8%	93,9%	97,8%
Si	23,3%	14,2%	6,1%	2,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Táboa 102. Distribución das persoas enquisadas segundo medios e segundo participaron nos servizos e actividades realizados polo Sindicato de Xornalistas. Datos en porcentaxe.

	prensa	radio	televisión	gabinete	axencia	docencia	medios electrónicos	autónomo
Non	86,7%	88%	94,6%	88,8%	72,7%	100,0%	76,9%	90,2%
Si	13,3%	12%	5,4%	11,3%	27,3%		23,1%	9,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

13.2 Valoración dos servizos e actividades realizados desde estas entidades.

Detállase a continuación de que xeito é valorada a calidade dos servizos e actividades realizados desde estas entidades por parte das persoas que tiveron relación cos mesmos. Con este obxecto, son agrupadas en 5 categorías temáticas. Esta valoración foi puntuada sobre unha escala de 1 a 10, na que o 10 indica a valoración máis positiva.

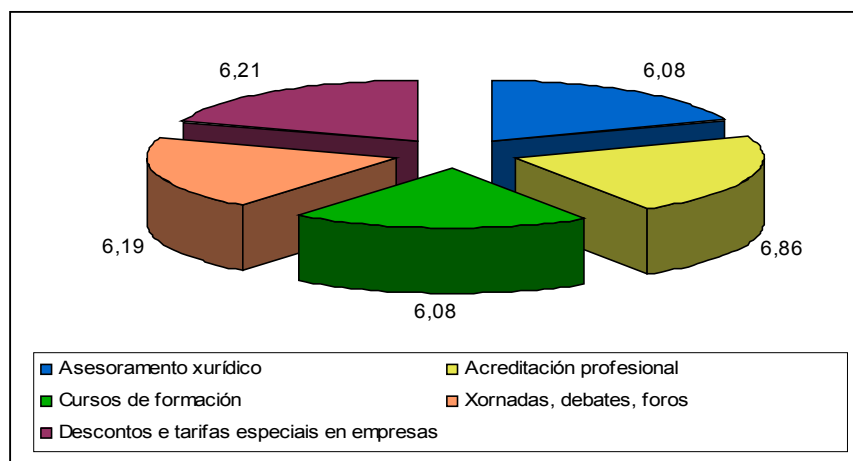
Ao respecto das consideracións relativas ao Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, cómpre destacar que o conxunto de actividades detalladas recibe unha puntuación próxima ao 6, na que son as actividades orientadas á acreditación profesional, as xornadas/debates/foros e os descontos e tarifas especiais en empresas os aspectos máis valorados.

Cabe entender, por tanto, que a calidade da actividade do Colexio é valorada como aceptable, aínda que se entenda susceptible de mellora.

Táboa 103. Valoración da calidade dos servizos do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia. Medias sobre unha escala de 1 a 10 (onde o 10 corresponde á valoración de máxima calidade).

	Media	Total casos
Asesoramento xurídico	6,08	112
Acreditación profesional	6,86	235
Cursos de formación	6,08	262
Xornadas, debates, foros	6,19	236
Descontos e tarifas especiais en empresas	6,21	234

Gráfica 69. Valoración da calidade dos servizos do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia. Datos en medias.

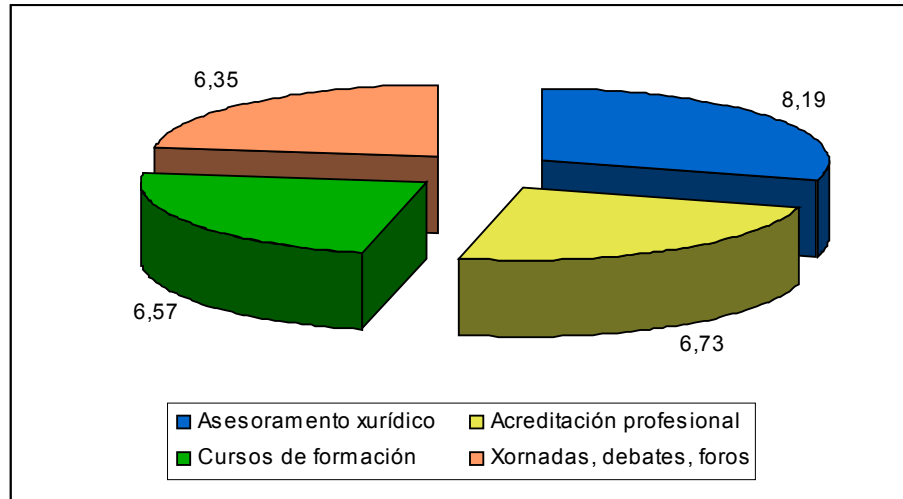


Ao respecto das valoracións relativas ao Sindicato de Xornalistas de Galicia, cómpre destacar que o conxunto de actividades detalladas recibe unha valoración algo máis alta; destacando o asesoramento xurídico como a que merece unha puntuación claramente diferenciada dos restantes epígrafes.

Táboa 104. Valoración da calidade dos servizos do Sindicato de Xornalistas de Galicia. Medias sobre unha escala de 1 a 10 (onde o 10 corresponde á valoración de máxima calidade).

	Media	Total casos
Asesoramento xurídico	8,19	27
Acreditación profesional	6,73	22
Cursos de formación	6,57	28
Xornadas, debates, foros	6,35	23

Gráfica 70. Valoración da calidade dos servizos do Sindicato de Xornalistas de Galicia.
Datos en medias.



13.3 Valoración da necesidade de ofertar ou mellorar servizos.

Por último, o cuestionario abría a posibilidade de que os e as xornalistas que responderon á enquisa valorasen se o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e o Sindicato de Xornalistas de Galicia deberan ofertar ou mellorar algún tipo de servizos. Para facilitar a súa resposta, presentábase un conxunto de 6 epígrafes.

No que toca ao Colexio, cómpre salientar que é a formación o servizo para o que unha maior porcentaxe de persoas considera que debían ofertarse ou mellorarse este tipo de servizos. Por riba do 50% da mostra aparecen tamén as actividades de mediación laboral, divulgación, xornadas, debates e foros.

Táboa 105. Valoración de en que medida é convínte que o Colexio Profesional de Xornalistas oferte ou mellore servizos. Datos absolutos e en porcentaxes para as persoas que responderon afirmativamente.

	Porcentaxe	Total casos
Asesoramento xurídico	33,6%	141
Mediación laboral	68,8%	289
Formación	76,4%	321
Xornadas, debates, foros	61,7%	259
Divulgación	57,9%	243
Outros	7,1%	30

No que toca ao Sindicato, cómpre salientar que é a mediación laboral, e as xornadas, debates e foros aqueles servizos para os que se recolle unha maior porcentaxe de persoas que consideran que deban ofertarse ou mellorarse. Por riba do 50% da mostra de persoas que responden aparecen tamén as actividades de formación.

Táboa 106. Valoración de en que medida é convínte que o Sindicato de Xornalistas oferte ou mellore servizos. Datos absolutos e en porcentaxes para as persoas que responderon afirmativamente.

	Porcentaxe	Total casos
Asesoramento xurídico	21,6%	8
Mediación laboral	86,5%	32
Formación	64,9%	24
Xornadas, debates, foros	83,8%	31
Divulgación	24,3%	9

14 Recollida de Propostas de actuación para o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e para o Sindicato de Xornalistas de Galicia.

O cuestionario de enquisa remitido desde o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia realizaba unha invitación a que os e as xornalistas formularan propostas ao respecto das iniciativas que debían ser desenvolvidas desde esta entidade. O cuestionario remitido desde o Sindicato de Xornalistas de Galicia incluía esta mesma posibilidade:

Propostas relativas ao Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia:

As achegas realizadas polas persoas que deron resposta a esta cuestión para o Colexio poden agruparse do seguinte xeito:

- Propostas relacionadas coa promoción de emprego: ofertar unha bolsa de traballo actualizada, que intermedie e xestione ofertas e demandas de emprego. 23 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Propostas relacionadas cunha mellor adaptación das actividades á situación dos e das xornalistas. En concreto, fálase de:
 - Descentralización, tanto dos servizos como da formación (este é o aspecto máis reiterado), desenvolvéndoos noutras cidades ou vilas. 89 casos expresan a súa opinión nesta liña.

Neste mesmo sentido, algunhas persoas formulan a necesidade de promover a formación on-line (3 casos).

- Realización das actividades e cursos en horarios máis axeitados á realidade dos e das xornalistas. 21 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Ampliación da oferta formativa, cara unha maior especificidade e especialización. Entre os temas máis demandados figuran a formación en fotografía, en audiovisual, en técnicas radiofónicas, en técnicas de imaxe e en temas xurídicos. 49 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Potenciación da comunicación entre o Colexio e a base de colexiados e colexiadas, ampliando a información que se lles achega. 5 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Atención a que os colexiados e as colexiadas podan adquirir os recursos específicos que lles fan falla para o seu traballo a prezos máis asequibles. 2 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Establecemento de acordos e convenios con empresas en xeral, que permitan descontos para determinados servizos, etc. 5 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Desenvolvemento dunha maior atención, e máis específica, a colectivos determinados. Cítanse os autónomos e autónomas e a xente que traballa en gabinetes, ou no ámbito da comunicación audiovisual. 3 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Tamén nesta liña, en 4 casos se formula a necesidade de realizar encontros sobre xornalismo deportivo.

- Realización de encontros abertos entre xornalistas, para poñer en común perspectivas e para buscar unha maior unión neste colectivo. 3 casos expresan a súa opinión nesta liña.
- Propostas relacionadas coa defensa e dignificación da profesión de xornalista:
 - Promoción da actividade de reivindicación e defensa das condicións nas que estes profesionais desenvolven o seu traballo. 16 casos expresan a súa opinión nesta liña.
 - Neste sentido, incorporar servizos de asesoría laboral e xurídica. 3 casos expresan a súa opinión nesta liña.
 - E incorporar actividades de intermediación con empresas para controlar abusos neste sentido. 6 casos expresan a súa opinión nesta liña.
 - Atención á actividade dos medios para vixiar e promover a información independente. 6 casos expresan a súa opinión nesta liña.
 - Promoción da dignificación social dos e das xornalistas, achegando á sociedade a súa realidade profesional. 3 casos expresan a súa opinión nesta liña.
 - Aprobación do código deontolóxico.
 - Asociarse internacionalmente, para gañar en capacidade de actuación.

- **Propostas relacionadas con aspectos máis específicos:**
 - Traballar nun nivel político, cara á creación de órganos similares a Consellos do Audiovisual, etc., e minimizando o nivel de politización das actividades do Colexio.
 - Intermediación con bancos para facilitar a creación de empresas por xornalistas.
 - Coordinación con outras entidades que vertebran aos xornalistas, para coordinar criterios e evitar duplicidades.
 - Facilitar a través da formación a distancia, que os e as xornalistas que non teñen esta titulación podan conseguila.
 - Activación de premios que fomenten o xornalismo de investigación.

Propostas relativas ao Sindicato de Xornalistas de Galicia:

O número de propostas recollidas a través do cuestionario remitido desde o Sindicato é, por razóns obvias, moito menor. Cabe agrupalas do seguinte xeito:

- Realización de cursos formativos con recoñecemento oficial en todas as cidades galegas e en horarios accesibles aos e ás xornalistas.
- Favorecer o establecemento de descontos en servizos ou acceso a recursos que son necesarios a estes e estas profesionais.

- Facilitar que as persoas afiliadas que non son titulados en xornalismo podan cursar esta formación.
- Favorecer a información e intermediación relativa a ofertas de emprego.
- Constituír unha Comisión de estudo, que elabore informes sobre situacións específicas que están presentes no sector.

15 Anexo: Cuestionarios

CUESTIONARIO DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA.

Bos días/tardes. Na actualidade estamos desenvolvendo un estudo financiado pola Consellería de Presidencia, Administracións Públicas e Xustiza, para analizar as condicións laborais e profesionais dos xornalistas galegos, polo que solicitamos a súa colaboración para que nos conteste a unha serie de preguntas sobre este particular. O Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia garante que a información obtida analizarase por xunto para cumprir en todo momento o segredo estatístico no conxunto da investigación, tal e como sinalan as disposicións normativas vixentes.

Provincia:

Localidade:

1. Xénero:

.. Home

.. Muller

2. Cantos anos ten vostede na actualidade?

3. Podería sinalarme se vostede ten a licenciatura de xornalismo?

.. Si

.. Non

4. En cantas empresas traballa vostede na actualidade?

- .. Ninguna (en paro).
- .. Unha.
- .. Dúas.
- .. Tres.
- .. Máis de tres.
- .. Ns/Nc

5. E cal é o sector principal onde traballa?

- .. Prensa diaria.
- .. Prensa non diaria.
- .. Radio privada.
- .. Radio pública.
- .. Televisión privada.
- .. Televisión pública.
- .. Gabinete.
- .. Axencia.
- .. Docencia.
- .. Medios electrónicos.
- .. Autónomo.
- .. Outros.
- .. Ns/Nc.

6. No caso de traballar en máis sectores, en que outros sectores traballa (Resposta múltiple)

- .. Prensa diaria.
- .. Prensa non diaria.
- .. Radio privada.
- .. Radio pública.
- .. Televisión privada.
- .. Televisión pública.

- .. Gabinete.
- .. Axencia.
- .. Docencia.
- .. Medios electrónicos.
- .. Autónomo.
- .. Ns/Nc.

7. E podería sinalarme que tipo de contrato ten vostede no principal sector en que traballa?

- .. Autónomo
- .. Indefinido
- .. Temporal a tempo completo
- .. Temporal a tempo parcial
- .. Prácticas
- .. Bolseiro
- .. Sen contrato
- .. Outros (Especificar)
- .. Ns/Nc

8. A canto ascende o seu salario na actualidade? (Anotar cantidade neta ao mes):

9. Que tipo de xornada laboral ten vostede?

- .. Continua.
- .. Partida.
- .. Por quendas.
- .. Outras (Especificar)
- .. Ns/Nc.

10. Cantos días traballa vostede nun mes normal? _____

11. Cantas horas traballa vostede nun día normal _____

12. Realiza vostede habitualmente horas extras no seu traballo?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

13. E normalmente, son remuneradas ou compensadas con horas de libre disposición as horas extras que realiza?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

14. Para que posto de traballo foi vostede contratado?

- .. Auxiliar de redacción
- .. Cámara
- .. Colaborador
- .. Corresponsal
- .. Deseñador gráfico
- .. Dirección
- .. Editor
- .. Fotógrafo
- .. Xefe de sección
- .. Locutor
- .. Redactor
- .. Presentador
- .. Programador
- .. Redactor xefe
- .. Relacións públicas
- .. Reporteiro
- .. Sen contrato
- .. Outras (Especificar)
- .. Ns/Nc

15. E que posto de traballo desempeña vostede habitualmente?

- .. Auxiliar de redacción
- .. Cámara
- .. Colaborador
- .. Corresponsal
- .. Deseñador gráfico
- .. Dirección
- .. Editor
- .. Fotógrafo
- .. Xefe de sección
- .. Locutor
- .. Redactor
- .. Presentador
- .. Programador
- .. Redactor xefe
- .. Relacións públicas
- .. Reporteiro
- .. Sen contrato
- .. Outras (Especificar)
- .. Ns/Nc

16. Podería valorar os aspectos seguintes do seu traballo nunha escala de 1 a 10:

	Moi positivo	Bastante positivo	Indiferente	Pouco positivo	Nada positivo	Ns/Nc
Ambiente de traballo						
Tipo de traballo						
Condicións de traballo						
Medios do posto de traballo						
Salario						
Contrato						
Horarios						
Acceso á información						

17. Sentiu vostede gañas de mudar de profesión?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

18. Coñece casos de discriminación en función do xénero na súa empresa?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

19. E noutras empresas?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

20. A súa empresa conta ou está acollido a algún tipo de convenio colectivo?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

21. Coñece vostede os contidos que figuran no convenio colectivo?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

22. Considera axeitado o convenio colectivo ás necesidades dos xornalistas?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

23. Que aspectos considera máis positivos do convenio colectivo?

24. E que aspectos considera menos positivos do convenio colectivo?

25. O lugar de traballo reúne as condicións suficientes para facilitar o desempeño das súas tarefas?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

26. Con cal dos seguintes medios conta vostede no seu lugar de traballo?

	Sí	Non
Mesa propia		
Ordenador persoal de mesa		
Ordenador portátil		
Conexión á internet		
Correo electrónico		

27. Con que frecuencia emprega vostede os seguintes medios?

	Diariamente	2-3 veces á semana	Semanalmente	Mensualmente	Menos dunha vez ao mes	Ns/Nc
Internet						
Correo electrónico						

28. Cantos xornais lee ao día diariamente?

29. Realizou cursos de formación no último ano?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

30. E cantos cursos realizou?

31. E podería sinalarme que entidades convocan estes cursos?

- .. Empresa.
- .. Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- .. Sindicato de Xornalistas de Galicia.
- .. Universidade.
- .. Asociacións.
- .. Outros (Especificar)
- .. Ns/Nc.

32. Cal é o seu grao de acordo coas seguintes expresións?

	Moi de acordo	Bastante de Acordo	Pouco de Acordo	Nada de acordo	Ns/Nc
Teño liberdade para elixir os temas de traballo					
Teño liberdade para elixir as fontes de traballo					
Teño liberdade para elixir os titulares					
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo					
Teño liberdade para facer autolimitación de contidos					
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo					
Recibo presións externas na realización do meu traballo					

33. Podería sinalarme con qué frecuencia emprega as seguintes linguas no exercicio do seu traballo:

	Sempre	As veces	Ocasionalmente	Nunca	Ns/Nc
Castelán					
Galego					

34. En liñas xerais, e nunha escala de 1 a 10 onde o 1 indica un valor mínimo e 10 o valor máximo, como valoraría o grao de independencia da que goza no seu traballo:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Ns/Nc

35. Cales considera vostede que son os criterios dominantes na súa empresa á hora de desenvolver a súa actividade:

- .. Xornalísticos.
- .. Económicos.
- .. Políticos.
- .. Ns/Nc

36. Cal é o seu grao de acordo ou desacordo coas seguintes frases:

	Moi de acordo	Bastante de acordo	Pouco de acordo	Nada de acordo	Ns/Nc
O meu medio reflicte a realidade galega fielmente					
Os outros medios galegos reflicten a realidade galega fielmente					
Os profesionais do meu medio valoran positivamente o seu traballo					
Os profesionais doutros medios valoran positivamente o seu traballo					
A consideración social dos xornalistas é mellor ca de outras profesións					
O prestixio social da profesión de xornalista mellorou nos últimos anos					
Os cidadáns coñecen a realidade profesional dos xornalistas					

37. Coñece vostede ás seguintes entidades?

	Sí	Non
Colexio Profesional Xornalistas de Galicia		
Sindicato Xornalistas de Galicia		
Asociación de Periodistas de Galicia		
Asociación de Xornalistas da Coruña		
Asociación de Xornalistas de Vigo		
Asociación da Prensa da Coruña		
Asociación da Prensa de Lugo		
Asociación da Prensa de Santiago		
Asociación da Prensa de Vigo		

38. Está inscrito nalgunha das seguintes entidades?

	Sí	Non
Colexio Profesional Xornalistas de Galicia		
Sindicato Xornalistas de Galicia		
Asociación de Periodistas de Galicia		
Asociación de Xornalistas da Coruña		
Asociación de Xornalistas de Vigo		
Asociación da Prensa da Coruña		
Asociación da Prensa de Lugo		
Asociación da Prensa de Santiago		
Asociación da Prensa de Vigo		

39. Ten empregado vostede os servizos ou acudido ás actividades que ofertan as seguintes entidades?

	Sí	Non
Colexio Profesional Xornalistas de Galicia		
Sindicato Xornalistas de Galicia		

40. (No caso de ter empregado os servizos). Podería valorar do 1 ao 10 a calidade dos servizos do Colexio Profesional Xornalistas de Galicia?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns/Nc
Asesoramento xurídico											
Acreditación profesional											
Cursos de formación											
Xornadas, debates, foros											
Descontos e tarifas especiais en empresas											

41. E que tipo de servizos considera que debera de ofertar ou mellorar o Colexio Profesional Xornalistas de Galicia?

	Si	Non	Ns/Nc
Asesoramento xurídico			
Mediación laboral			
Formación			
Xornadas, debates, foros			
Divulgación			
Outros (Especificar)			

42. Finalmente, se lle ocorre algunha iniciativa que debera de desenvolver o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia?

CUESTIONARIO DO SINDICATO DE XORNALISTAS DE GALICIA.

Bos días/tardes. Na actualidade estamos a colaborar nun estudo que está a realizar o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e financiado pola Consellería de Presidencia, Administracións Públicas e Xustiza, para analizar as condicións laborais e profesionais dos xornalistas galegos, polo que solicitamos a súa colaboración para que nos conteste a unha serie de preguntas sobre este particular. O Sindicato de Xornalistas de Galicia garante que a información obtida analizarase por xunto para cumprir en todo momento o segredo estatístico no conxunto da investigación, tal e como sinalan as disposicións normativas vixentes.

Provincia:

Localidade:

1. Xénero:

- Home
- Muller

2. Cantos anos ten vostede na actualidade _____

3. Podería sinalarme se vostede ten a licenciatura de xornalismo?

- Si
- Non

4. En cantas empresas traballa vostede an actualidade?

- Ningunha (en paro).
- Unha.
- Dúas.
- Tres.
- Máis de tres.
- Ns/Nc

5. E cal é o sector principal onde traballa?

- .. Prensa diaria.
- .. Prensa non diaria.
- .. Radio privada.
- .. Radio pública.
- .. Televisión privada.
- .. Televisión pública.
- .. Gabinete.
- .. Axencia.
- .. Docencia.
- .. Medios electrónicos.
- .. Autónomo.
- .. Outros.
- .. Ns/Nc.

6. No caso de traballar en máis sectores, en que outros sectores traballa? (resposta múltiple)

- .. Prensa diaria.
- .. Prensa non diaria.
- .. Radio privada.
- .. Radio pública.
- .. Televisión privada.
- .. Televisión pública.
- .. Gabinete.
- .. Axencia.
- .. Docencia.
- .. Medios electrónicos.
- .. Autónomo.
- .. Ns/Nc.

7. Qué tipo de contrato ten vostede no principal sector en que traballa?

- .. Autónomo
- .. Indefinido
- .. Temporal a tempo completo
- .. Temporal a tempo parcial
- .. Prácticas
- .. Bolseiro
- .. Sen contrato
- .. Outros (Especificar)
- .. Ns/Nc

8. A canto ascende o seu salario na actualidade? (Anotar cantidade neta ao mes):

9. Que tipo de xornada laboral ten vostede?

- .. Continua.
- .. Partida.
- .. Por quendas.
- .. Outras (Especificar)
- .. Ns/Nc.

10. Cantos días traballa vostede nun mes normal?

11. Cantas horas traballa vostede nun día normal?

12. Realiza vostede habitualmente horas extras no seu traballo?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

13. E normalmente, son remuneradas ou compensadas con horas de libre disposición as horas extras que realiza?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

14. Para que posto de traballo foi vostede contratado?

- .. Auxiliar de redacción
- .. Cámara
- .. Colaborador
- .. Corresponsal
- .. Deseñador gráfico
- .. Dirección
- .. Editor
- .. Fotógrafo
- .. Xefe de sección
- .. Locutor
- .. Redactor
- .. Presentador
- .. Programador
- .. Redactor xefe
- .. Relacións públicas
- .. Reporteiro
- .. Sen contrato
- .. Outras (Especificar)
- .. Ns/Nc

15. E que posto de traballo desempeña vostede habitualmente?

- .. Auxiliar de redacción
- .. Cámara
- .. Colaborador
- .. Corresponsal

- .. Diseñador gráfico
- .. Dirección
- .. Editor
- .. Fotógrafo
- .. Xefe de sección
- .. Locutor
- .. Redactor
- .. Presentador
- .. Programador
- .. Redactor xefe
- .. Relacións públicas
- .. Reporteiro
- .. Sen contrato
- .. Outras (Especificar)
- .. Ns/Nc

16. Podería valorar os aspectos seguintes do seu traballo nunha escala de 1 a 10:

	Moi positivo	Bastante positivo	Indiferente	Pouco positivo	Nada positivo	Ns/Nc
Ambiente de traballo						
Tipo de traballo						
Condicións de traballo						
Medios do posto de traballo						
Salario						
Contrato						
Horarios						
Acceso á información						

17. Sentiu vostede gañas de mudar de profesión?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

18. Coñece casos de discriminación en función do xénero na súa empresa?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

19. E noutras empresas?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

20. A súa empresa conta ou está acollido a algún tipo de convenio colectivo?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

21. Coñece vostede os contidos que figuran no convenio colectivo?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

22. Considera axeitado o convenio colectivo ás necesidades dos xornalistas?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

23. Que aspectos considera máis positivos do convenio colectivo?

24. E que aspectos considera menos positivos do convenio colectivo?

25. O lugar de traballo reúne as condicións suficientes para facilitar o desempeño das súas tarefas?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

26. Con cal dos seguintes medios conta vostede no seu lugar de traballo?

	Sí	Non
Mesa propia		
Ordenador persoal de mesa		
Ordenador portátil		
Conexión á internet		
Correo electrónico		

27. Con que frecuencia emprega vostede os seguintes medios?

	Diariamente	2-3 veces á semana	Semanalmente	Mensualmente	Menos dunha vez ao mes	Ns/Nc
Internet						
Correo electrónico						

28. Cantos xornais lee ao día diariamente? _____

29. Realizou cursos de formación no último ano?

- .. Si
- .. Non
- .. Ns/Nc

30. E cantos cursos realizou?

31. E podería sinalarme que entidades convocan estes cursos?

- .. Empresa.
- .. Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- .. Sindicato de Xornalistas de Galicia.
- .. Universidade.
- .. Asociacións.
- .. Outros (Especificar)
- .. Ns/Nc.

32. Cal é o seu grao de acordo coas seguintes expresións?

	Moi de acordo	Bastante de acordo	Pouco de acordo	Nada de acordo	Ns/Nc
Teño liberdade para elixir os temas de traballo					
Teño liberdade para elixir as fontes de traballo					
Teño liberdade para elixir os titulares					
Teño liberdade para elixir a lingua de traballo					
Teño liberdade para facer autolimitación de contidos					
Recibo presións internas na realización do meu traballo					
Recibo presións externas na realización do meu traballo					

33. Podería sinalarme con qué frecuencia emprega as seguintes linguas no exercicio do seu traballo:

	Sempre	As veces	Ocasionalmente	Nunca	Ns/Nc
Castelán					
Galego					

34. En liñas xerais, e nunha escala de 1 a 10 onde o 1 indica un valor mínimo e 10 o valor máximo, como valoraría o grao de independencia da que goza no seu traballo:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Ns/Nc

35. Cales considera vostede que son os criterios dominantes na súa empresa á hora de desenvolver a súa actividade:

- .. Xornalísticos.
- .. Económicos.
- .. Políticos.
- .. Ns/Nc

36. Cal é o seu grao de acordo ou desacordo coas seguintes frases:

	Moi de acordo	Bastante de acordo	Pouco de acordo	Nada de acordo	Ns/Nc
O meu medio reflicte a realidade galega fielmente					
Os outros medios galegos reflicten a realidade galega fielmente					
Os profesionais do meu medio valoran positivamente o seu traballo					
Os profesionais doutros medios valoran positivamente o seu traballo					
A consideración social dos xornalistas é mellor ca de outras profesións					
O prestixio social da profesión de xornalista mellorou nos últimos anos					
Os cidadáns coñecen a realidade profesional dos xornalistas					

37. Coñece vostede ás seguintes entidades?

	Sí	Non
Colexio Profesional Xornalistas de Galicia		
Sindicato Xornalistas de Galicia		
Asociación de Periodistas de Galicia		
Asociación de Xornalistas da Coruña		
Asociación de Xornalistas de Vigo		
Asociación da Prensa da Coruña		
Asociación da Prensa de Lugo		
Asociación da Prensa de Santiago		
Asociación da Prensa de Vigo		

38. Está inscrito nalgunha das seguintes entidades?

	Sí	Non
Colexio Profesional Xornalistas de Galicia		
Sindicato Xornalistas de Galicia		
Asociación de Periodistas de Galicia		
Asociación de Xornalistas da Coruña		
Asociación de Xornalistas de Vigo		
Asociación da Prensa da Coruña		
Asociación da Prensa de Lugo		
Asociación da Prensa de Santiago		
Asociación da Prensa de Vigo		

39. Ten empregado vostede os servizos ou acudido ás actividades que ofertan as seguintes entidades?

	Sí	Non
Colexio Profesional Xornalistas de Galicia		
Sindicato Xornalistas de Galicia		

40. (No caso de ter empregado os servizos). Podería valorar do 1 ao 10 a calidade dos servizos do Sindicato de Xornalistas de Galicia?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns/Nc
Asesoramento xurídico											
Cursos de formación											
Xornadas, debates, foros											
Descontos e tarifas especiais en empresas											

41. E que tipo de servizos considera que debera de ofertar ou mellorar o Sindicato de Xornalistas de Galicia?

	Si	Non	Ns/Nc
Asesoramento xurídico			
Formación			
Xornadas, debates, foros			
Divulgación			
Outros (Especificar)			

42. Finalmente, se lle ocorre algunha iniciativa que debera de desenvolver o Sindicato de Xornalistas de Galicia?

Análise Ocupacional (Dispositivo III)

1 Índice

1ÍNDICE.....	203
2ÍNDICE DE TÁBOAS, GRÁFICAS E MAPAS.....	204
3INTRODUCCIÓN.....	205
4CONTRATOS.....	218

2 Índice de Táboas, Gráficas e Mapas

ÍNDICE DE TÁBOAS

TÁBOA 1. DISTRIBUCIÓN DOS E DAS DEMANDANTES PARADAS SEGUNDO GRUPO OCUPACIONAL, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. PERÍODO 2005-2007.....	211
TÁBOA 2. PORCENTAXE SEGUNDO XÉNERO DOS E DAS DEMANDANTES PARADAS DOS TRES GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA.	213
TÁBOA 3. PORCENTAXE SEGUNDO IDADE DOS E DAS DEMANDANTES PARADAS DOS TRES GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.....	214
TÁBOA 4. PORCENTAXE SEGUNDO TEMPO DE BUSCA DE EMPREGO DOS E DAS DEMANDANTES PARADAS DOS TRES GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.....	216
TÁBOA 5. NÚMERO DE CONTRATOS POR GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. PERÍODO 2003-2007.....	218
TÁBOA 6. PORCENTAXE DE CONTRATOS POR XÉNERO PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. TENDENCIA 2003-2007.....	220
TÁBOA 7. PORCENTAXE DE CONTRATOS POR IDADE PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.....	221
TÁBOA 8. PORCENTAXE DE CONTRATOS POR TIPO DE CONTRATO PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.	221
TÁBOA 9. EVOLUCIÓN DE CONTRATOS POR TIPO DE CONTRATO PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. PERÍODO 2003-2007.....	223
TÁBOA 10. TAXA DE CONTRATACIÓN INDEFINIDA SEGUNDO XÉNERO PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.....	224
TÁBOA 11. TAXA DE ROTACIÓN SEGUNDO XÉNERO PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.....	225
TÁBOA 12. TAXA DE ROTACIÓN SEGUNDO IDADE PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS, SECTOR SERVIZOS E GALICIA. ANO 2007.....	226

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. PORCENTAXE DE DEMANDANTES PARADOS E PARADAS POR TEMPO DE BUSCA DE EMPREGO. ANO 2007.....	215
GRÁFICO 2. PRINCIPAIS ACTIVIDADES CNAE DE PROCEDENCIA DOS E DAS DEMANDANTES PARADAS DOS GRUPOS OCUPACIONAIS VINCULADOS A XORNALISMO. ANO 2007.....	216
GRÁFICO 3. PRINCIPAIS ACTIVIDADES CNAE POR NÚMERO DE CONTRATOS PARA OS GRUPOS OCUPACIONAIS VINCULADOS A XORNALISMO. .	227

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA 1. DISTRIBUCIÓN DOS E DAS DEMANDANTES PARADAS DOS TRES GRUPOS OCUPACIONAIS SEGUNDO CONCELLO. ANO 2007.....	212
MAPA 2. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DOS CONTRATOS DOS TRES GRUPOS OCUPACIONAIS VINCULADOS A XORNALISTAS. ANO 2007.....	219

3 Introducción

Neste apartado vanse analizar os datos dispoñibles para realizar unha descrición e análise do marco laboral onde se desenvolve a ocupación de xornalista.

En concreto, vaise realizar unha descrición e análise do paro rexistrado e da contratación para as ocupacións que se poden vincular á figura de xornalista. Esta información vai permitir unha radiografía das variables que poden condicionar o mercado laboral do/da xornalista, así como a súa evolución durante os últimos anos.

A información empregada deriva das bases de demandantes de emprego e contratos rexistrados polo Servizo Público de Emprego Galego, e foron facilitados polo Instituto Galego das Cualificacións, subdirección dependente da Consellería de Traballo da Xunta de Galicia.

A información procedente destas dúas fontes ten o nivel de desagregación suficiente para poder realizar unha análise da ocupación de xornalista, ao contrario do que sucede con outras fontes fundamentais como son a enquisa de poboación activa e a tesourería da Seguridade Social. Ambas fontes empregan unhas clasificacións de actividades e ocupacións tan agregadas que non permiten realizar unha análise ocupacional para unha actividade tan concreta como a de xornalismo.

A base de datos de demandantes permite ver o perfil dos e das demandantes paradas de emprego en función da ocupación solicitada, mentres que a base de contratos facilita información sobre os

contratos asinados para distintas ocupacións. Non obstante, e dado que non se pode empregar a enquisa de poboación activa nin a tesourería da Seguridade Social para a realización desta análise, non se poderá calcular a poboación activa real adicada a actividades de xornalismo, o número de autónomos/as e a taxa de paro correspondente.

Definición das ocupacións vinculadas ao xornalismo.

A información recollida na base de demandantes e contratos emprega a Clasificación Nacional de Ocupacións (CNO-94). A información está dispoñible a un nivel de desagregación máxima de catro díxitos, o que é equivalente a un grupo ocupacional. Cada grupo ocupacional recolle diferentes ocupacións cun nexo común en canto ao seu ámbito funcional.

Dado que a ocupación de xornalista ten un carácter polivalente e pode desenvolverse en distintas actividades e con diversas funcións, para a realización do análise ocupacional vaise considerar os seguintes grupos ocupacionais:

➤ Escritores/as, xornalistas e asimilados/as, que agrupa ás seguintes ocupacións:

- ➔ Escritor/a
- ➔ Escritor/a, adaptador/a de guións de cine, radio e televisión
- ➔ Asesor/a ou crítico/a literario/a
- ➔ Crítico/a de arte, medios de comunicación e espectáculos
- ➔ Xornalista

- ➔ Redactor/a de prensa, radio e televisión
- ➔ Montador/a de programas
- ➔ Secretario/a de redacción
- ➔ Adaptador/a de diálogos de dobraxe
- ➔ Coordinador/a de editorial
- ➔ Redactor/a-corrector/a de editorial
- ➔ Lector/a e/ou preparador/a de orixinais en editorial
- ➔ Corrector/a de estilo

◆ **Locutores/as de radio, televisión e outros presentadores/as, que contén as seguintes ocupacións:**

- ➔ Locutor/a de radio e televisión
- ➔ Presentador/a-animador/a de espectáculos
- ➔ Disc-Jockey de radio
- ➔ Apuntador/a

◆ **Profesionais de nivel superior da publicidade e das relacións públicas. As ocupacións contidas neste grupos son:**

- ➔ Técnico/a superior en publicidade e relacións públicas en xeral
- ➔ Asesor/a de Imaxe
- ➔ Redactor/a de publicidade
- ➔ Agregado/a de gabinete de prensa

As razóns polas que se escolleu estes grupos ocupacionais foron as seguintes:

- Os grupos ocupacionais recollen ocupacións que están vinculadas claramente á de xornalista, pero tamén contemplan outras ocupacións nas que é discutible esta vinculación. Dado que prescindir dun grupo supón non tomar en consideración ás ocupacións que si poden estar relacionadas, optouse por recoller o conxunto do grupo ocupacional.
- Unha vez analizados os resultados das enquisas observouse que os e as xornalistas podían desenvolver as súas actividades en distintas ocupacións de diversos ámbitos, polo que restrinxir a unha única ocupación parecía limitar en exceso o ámbito funcional dos e das xornalistas.
- O ámbito de actuación dos e das xornalistas non ten porque restrinxirse a estes tres grupos ocupacionais, de feito hai xornalistas que poden realizar actividades noutros ámbitos (educación, xestión...). Non obstante, non se contemplaron estes grupos dado que a vinculación co marco funcional dos e das xornalistas era moito menos evidente, e seguramente, o seu peso relativo no conxunto do grupo ocupacional era notablemente menor.

Especificacións sobre os e as demandantes paradas de emprego e contratos.

As fontes de información empregadas son rexistros públicos e, por tanto, poden presentar deficiencias en canto á recollida do número real de parados/a e contratos realizados. De feito, podemos considerar que o seu número é maior do que aparece recollido nestes rexistros públicos. Non obstante, si que é unha información moi relevante para ver o perfil e características da contratación e dos/as parados/as rexistrados/as.

Na escolla da información sobre os e as demandantes paradas e contratos seguíronse varios procedementos:

- Os e as demandantes de emprego poden seleccionar un máximo de seis ocupacións á hora de desempeñar futuros traballos. Dado que interesaba ter o número de persoas demandantes, escolleuse a aqueles que seleccionaban en primeiro lugar algún dos grupos ocupacionais vinculados as actividades de xornalismo.
- Os contratos seleccionados foron todos aqueles que se adscribían a algún dos grupos ocupacionais relacionados co xornalismo. Hai que sinalar que teñen a mesma consideración que un contrato as conversións de contratos realizadas sobre un contrato preexistente.

Por outra parte a información dispoñible para os contratos abrangue o período comprendido entre 2003 e 2007, mentres que a recollida para os e as demandantes paradas cínxese aos anos situados entre 2005 e 2007. Isto é debido a que a partir de 2005 prodúcese un cambio na conceptualización de demandante parado producindo alteracións na información rexistrada a partir desta data, o que invalida a comparación con anos anteriores.

Para clasificar a información das actividades económicas e ocupacións, ambas bases de datos empregan a mesmas nomenclaturas. No caso das ocupacións empregan a Clasificación Nacional de Ocupacións (CNO-94), mentres que para as actividades económicas empregan a Clasificación Nacional de Actividades (CNAE-93). Dado que as peculiaridades da primeira xa foron comentadas noutro apartado, hai que sinalar que para as actividades económica o nivel de desagregación da información é a dous díxitos CNAE, recollendo un total de 59 actividades para todos os sectores produtivos.

Ao longo do informe analízase a información a través de varios indicadores, que sintetizan o seu contido. Así, compre destacar a forma de cálculo dos seguintes:

Indicador de tendencia:

$$\frac{\text{Valor ano n} - \text{Media valor anos anteriores}}{\text{Media valor anos anteriores}} \times 100$$

Taxa de contratación indefinida:

$$\frac{\text{Contratos indefinidos}}{\text{Total contratos}} \times 100$$

Taxa de rotación:

$$\frac{\text{Contratos temporais} + \text{Outras modalidades de contratos}}{\text{Persoas contratadas temporalmente} + \text{Persoas contratadas noutras modalidades de contratos}}$$

Demandantes de emprego.

Os e as demandantes paradas rexistradas nos grupos de ocupacións seleccionados para realizar unha análise do comportamento dos e das xornalistas galegas teñen un volume menor debido a que se toma en consideración aos/ás demandantes que solicitan algunha ocupación destes tres grupos non aos profesionais do xornalismo en paro, polo que probablemente estean infrarrepresentados.

Táboa 1. Distribución dos e das demandantes paradas segundo grupo ocupacional, sector servizos e Galicia. Período 2005-2007.

	2005	2006	2007	Tendencia 2005-2007
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	260	241	216	-13,8
Locutores/as de radio, televisión e outros presentadores/as	44	37	40	-1,3
Profesionais de nivel superior da publicidade e das relacións públicas	68	56	57	-7,4
Total grupos ocupacionais	372	333	313	-11,2
Sector servizos	90.011	90.682	84.224	-6,8
Galicia	164.198	161.276	150.546	-7,5

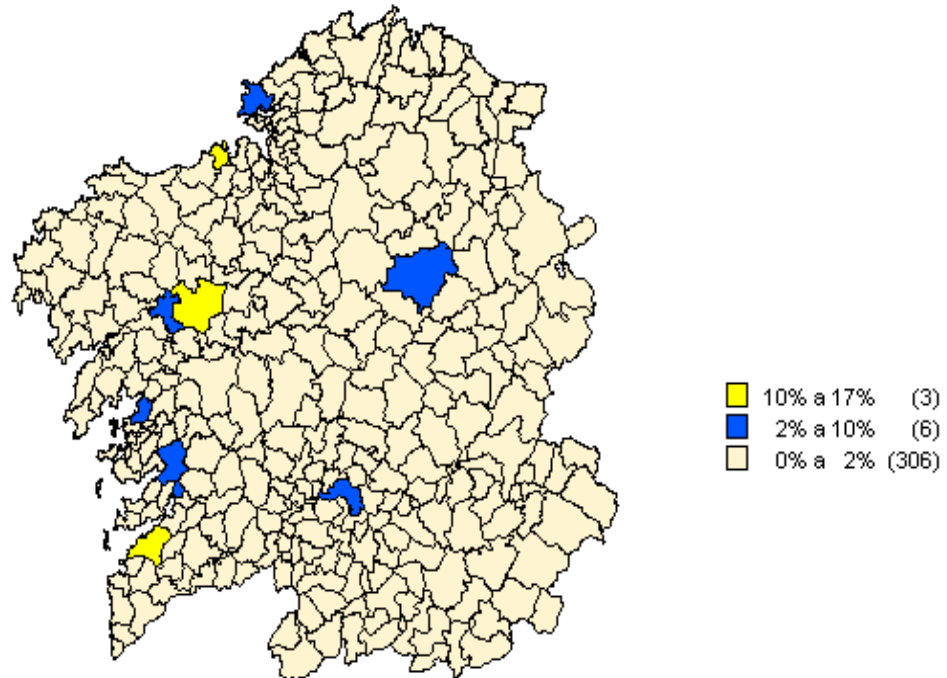
Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

O grupo máis representativo é o dos/as escritores/as, xornalistas e asimilados/as dado que é demandado por 216 demandantes de emprego. A unha notable distancia sitúanse tanto os profesionais de nivel superior da publicidade como os e as locutores de radio ou televisión.

Un dato importante é que os e as demandantes de emprego que solicitan o grupo de escritores/as ou xornalistas ten decrecido un -13,8% no período de referencia 2005-2007, un descenso máis pronunciado que os e as demandantes no sector servizos, -6,8% e no conxunto de Galicia, -7,5%. Os grupos de profesionais vinculados á publicidade e os/as locutores/as de radio ou televisión teñen descensos moito menores, sobre todo estes últimos.

Hai que sinalar que esta tendencia pódese inverter nos próximos anos, dado o aumento do número de demandantes parados que se produce no sector servizos e no conxunto de Galicia para 2008, 103.069 e 189.903, respectivamente.

Mapa 1. Distribución dos e das demandantes paradas dos tres grupos ocupacionais segundo concello. Ano 2007.



Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Os e as demandantes paradas situadas nos grupos de escritores/as ou xornalistas, locutores/as de radio ou televisión, e profesionais da publicidade e relacións públicas concéntranse nos concellos de Santiago de Compostela, Vigo e A Coruña, con porcentaxes por riba do 10%. Tamén acadan porcentaxes significativos pero menores que os anteriores, os concellos de Ourense, Lugo, Pontevedra, Ferrol, Vilagarcía de Arousa e Ames, acadando proporcións que van do 2% ao 10%. Salvo o caso de Ames, que se pode considerar dentro da área metropolitana do concello de Santiago, o resto responden a concellos claramente urbanizados e cun volume de poboación importante.

Táboa 2. Porcentaxe segundo xénero dos e das demandantes paradas dos tres grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia.

	2007		Tendencia 2005-2007	
	Home	Muller	Home	Muller
Escritores/as, xornalistas e asimilados/as	40,6%	59,4%	-4,9%	-18,9%
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	48,3%	51,7%	1,3%	-3,7%
Profesionais de nivel superior da publicidade e das relacións públicas	19,1%	80,9%	-19,9%	-3,9%
Total grupos ocupacionais	37,7%	62,3%	-5,6%	-14,3%
Sector servizos	29,6%	70,4%	-9,7%	-5,5%
Galicia	36,3%	63,7%	-10,5%	-5,7%

Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

En todos os grupos ocupacionais, ao igual que sucede para o sector servizos e o conxunto de Galicia, predominan as demandantes paradas. Esta tendencia a un maior número de mulleres entre os demandantes é moito máis acentuada no caso dos profesionais da publicidade e das relacións públicas. Porén no caso dos e das que solicitan as ocupacións de escritores/as ou xornalistas, como, sobre todo, no caso dos e das demandantes de locutor/a de radio ou televisión, tende a aumentar a presenza dos homes.

No sector servizos durante o período 2005-2007 tende a descender en maior medida os demandantes parados masculinos que os femininos, (-10,5% e -5,7%, respectivamente). En cambio, entre os/as escritores/as e xornalistas descende en maior medida as demandantes paradas (-18,9%). Por outra banda, entre os e as que demandan as ocupacións vinculadas a profesionais da publicidade e das relacións públicas seguen a tendencia sinalada para o conxunto do sector servizos, mentres que entre os e as que requiren a de locutores/as de radio ou televisión aumenta o número de demandantes parados masculinos.

Táboa 3. Porcentaxe segundo idade dos e das demandantes paradas dos tres grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

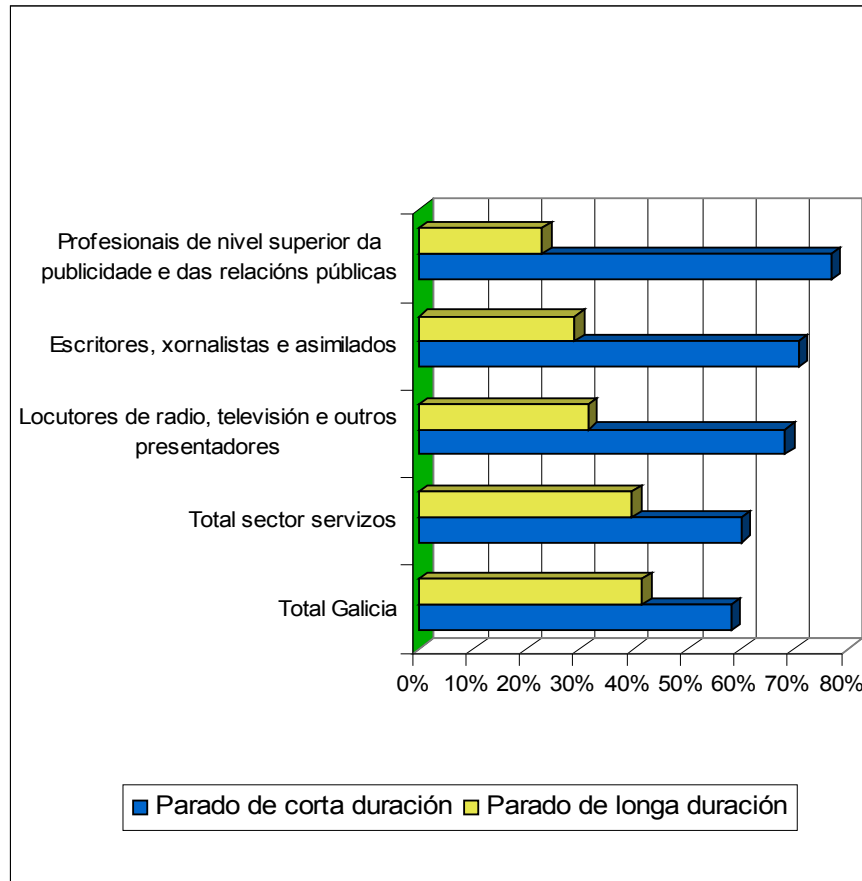
	Menores 26 anos	26 a 35	36 a 45	46 a 55	Maiores 55 anos
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	16,9%	40,3%	19,9%	13,7%	9,2%
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	6,7%	32,6%	32,8%	14,9%	13,0%
Profesionais de nivel superior da publicidade e das relacións públicas	37,7%	48,2%	10,7%	3,2%	0,3%
Total grupos ocupacionais	19,4%	40,8%	19,9%	11,9%	8,0%
Sector servizos	9,9%	30,5%	24,1%	19,9%	15,6%
Galicia	12,4%	26,1%	22,2%	21,1%	18,1%

Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Os e as demandantes paradas que solicitan ocupacións vinculadas ao xornalismo teñen un perfil máis novo que os/as do resto do sector servizos e os/as do conxunto de Galicia. Esta circunstancia é máis notoria entre os e as que solicitan ocupacións vinculadas ao grupo de profesionais de publicidade, onde o 37,7% ten menos de 26 anos, e os e as que se adscriben no grupo de escritores/as e xornalistas, o 16,9% é menor de 26 anos.

Os e as demandantes de ocupacións vinculadas a locutores/as de radio ou televisión teñen unha idade máis elevada, o 65,4% ten entre 26 e 45 anos e tan só un 6,7% ten menos de 26 anos.

Gráfica 1. Porcentaxe de demandantes parados e paradas por tempo de busca de emprego. Ano 2007.



Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Entre o paro rexistrado vinculado aos grupos ocupacionais relacionados co xornalismo hai porcentaxes menores de demandantes parados/as de longa duración que entre os e as do sector servizos e os e as do conxunto de Galicia. Esta situación é máis evidente no caso dos e das que solicitan ocupacións relacionadas coa publicidade, onde tan só un 23,1% é demandante parado/a de longa duración, pero tamén acadamos valores destacables entre os vinculados a escritores/a e xornalistas e locutores/as de radio ou televisión, 29,1% e 31,6%, respectivamente.

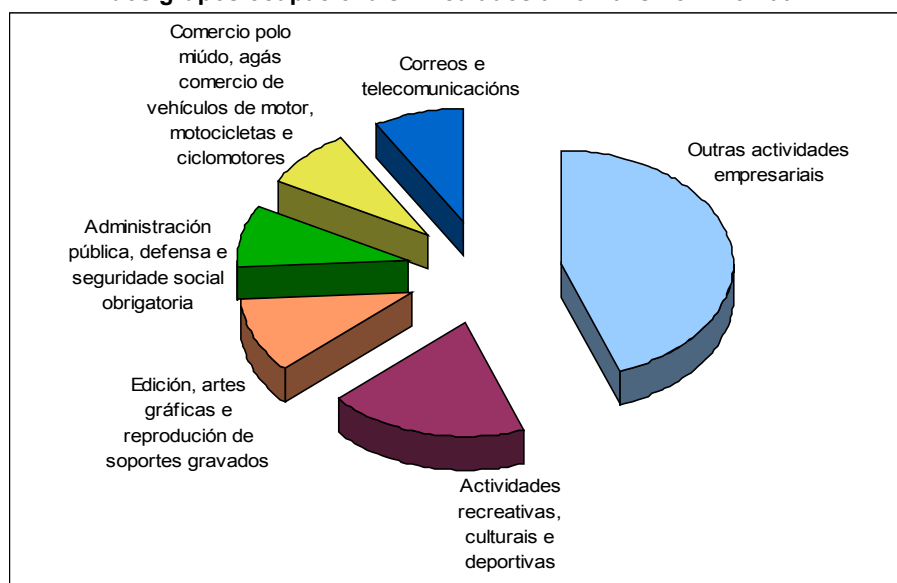
Táboa 4. Porcentaxe segundo tempo de busca de emprego dos e das demandantes paradas dos tres grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

	Home		Muller	
	Curta duración	Longa duración	Curta duración	Longa duración
Escritores/as, xornalistas e asimilados/as	72,5%	27,5%	69,8%	30,2%
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	72,7%	27,3%	64,4%	35,6%
Profesionais de nivel superior da publicidade e das relacións públicas	86,3%	13,7%	74,7%	25,3%
Total grupos ocupacionais	73,8%	26,2%	70,4%	29,6%
Sector servizos	66,5%	33,5%	57,6%	42,4%
Galicia	65,7%	34,3%	53,9%	46,1%

Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Tanto entre os demandantes masculinos como entre as femininas predomina claramente os/as que levan menos dun ano buscando emprego nos grupos ocupacionais vinculados ao xornalismo. Ademais, fanno dunha maneira máis acentuada que no resto do sector servizos e que no conxunto de Galicia.

Gráfico 2. Principais actividades CNAE de procedencia dos e das demandantes paradas dos grupos ocupacionais vinculados a xornalismo. Ano 2007.



Fonte: Base de demandantes de emprego. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Os e as demandantes paradas vinculadas ás ocupacións de xornalista proceden principalmente doutras actividades empresariais (26,7%), epígrafe da CNAE que agrupa actividades relacionadas coa publicidade, actividades de secretaría e tradución, ou relacións públicas. A continuación aparecerían as actividades recreativas, culturais e deportivas e a edición e artes gráficas, 11,3% e 6,4%, respectivamente.

Algo máis dun 5% dos e das demandantes proceden das actividades da Administración pública, comercio polo miúdo, e correos e telecomunicacións.

4 Contratos

Táboa 5. Número de contratos por grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Período 2003-2007.

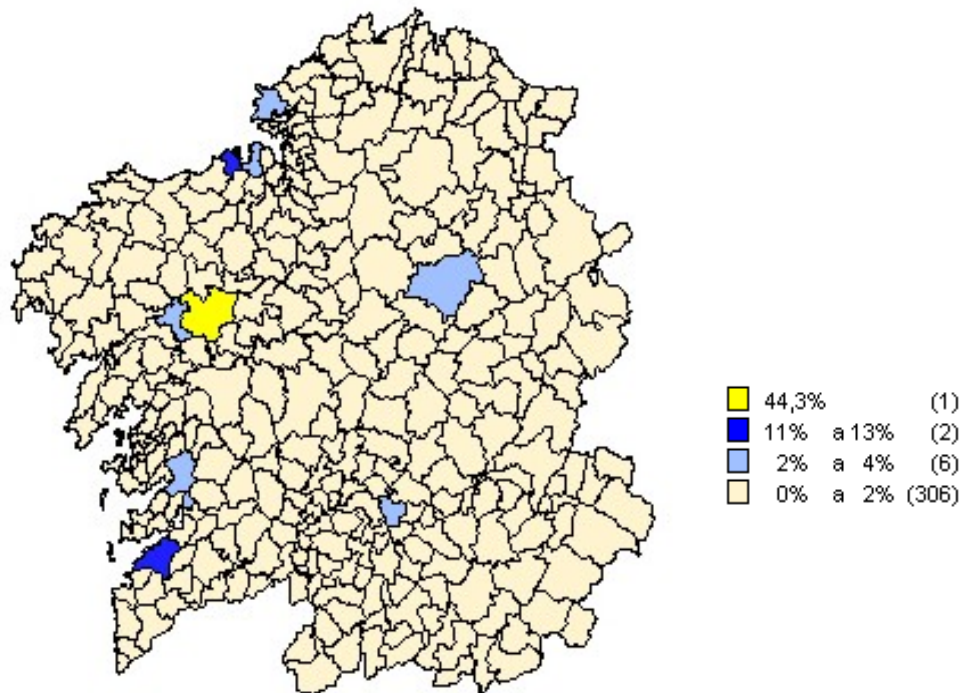
	2003	2004	2005	2006	2007	Tendencia 2003-2007
Escritores/as, xornalistas e asimilados/as	801	436	684	616	656	3,4
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	320	221	329	667	648	68,6
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	43	71	111	103	154	87,8
Total grupos ocupacionais	1.164	728	1.124	1.386	1.458	32,5
Sector servizos	532.738	556.535	579.449	635.686	649.394	12,7
Galicia	743.672	766.023	791.228	857.594	864.632	9,5

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Os grupos ocupacionais máis importantes en volume de contratación son os de escritores/as, xornalistas, e o de locutores/as de radio e televisión. A un certa distancia estaría o de profesionais de publicidade e relacións públicas. Non obstante, hai grandes diferenzas na evolución da contratación, mentres os contratos no grupo de escritores/as e xornalistas aumentou nun discreto 3,4%, con fortes oscilacións, durante o período 2003-2007, no de locutores/as de radio e televisión aumentou nun 68,6% e no de profesionais da publicidade nun 87,8%.

Considerando de xeito conxunto aos tres grupos ocupacionais, o volume de contratación aumentou nun 32,5%, un incremento notablemente máis alto que o experimentado no sector servizos, 12,7%, e no conxunto de Galicia, 9,5%.

Mapa 2. Distribución territorial dos contratos dos tres grupos ocupacionais vinculados a xornalistas. Ano 2007.



Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Os contratos realizados para os tres grupos ocupacionais (escritores/as e xornalistas, locutores/as de radio e televisión, e profesionais de publicidade e relacións públicas) concéntranse en grande medida no concello de Santiago, 44,3% da contratación. A continuación sitúanse os concellos de Vigo e A Coruña, cunhas proporcións ao redor do 12% da contratación. Por último, con porcentaxes que van do 4% ao 2% da contratación atópanse concellos como Lugo, Ourense, Ferrol, Pontevedra, Oleiros e Ames.

Táboa 6. Porcentaxe de contratos por xénero para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Tendencia 2003-2007.

	2007		Tendencia 2003-2007	
	Home	Muller	Home	Muller
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	30,0%	70,0%	-30,3%	30,5%
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	56,8%	43,2%	72,6%	63,7%
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	37,7%	62,3%	109,0%	77,0%
Total grupos ocupacionais	42,7%	57,3%	19,0%	44,7%
Sector servizos	44,2%	55,8%	8,8%	16,0%
Galicia	52,8%	47,2%	7,0%	12,4%

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

A contratación é claramente predominante no grupo de escritores/as ou xornalistas, 70%, e tamén no de profesionais da publicidade e relacións públicas, 62,3%. En cambio, no grupo de locutores/as de radio ou televisión predominan as contratacións masculinas, 56,8%.

Se comparamos estes datos cos obtidos para o conxunto do sector servizos, obsérvase que hai unha maior presenza feminina nos grupos de escritores/as ou xornalistas, e os profesionais da publicidade e das relacións públicas, mentres que o perfil da contratación de locutores/as de radio está máis masculinizado e sitúase máis preto do perfil que se presenta para o conxunto de Galicia.

Outro factor que acentúa a maior presenza das mulleres na contratación do grupo de escritores/as ou xornalistas é o aumento que se produce durante o período 2003-2007, 30,5%, en contraposición do que sucede nos contratos para homes, onde o descenso é do 30,3%. Esta evolución tamén é distinta á experimentada polos outros dous grupos ocupacionais, xa que en ámbolos dous aumenta en maior medida a contratación dos homes ca a de mulleres.

Táboa 7. Porcentaxe de contratos por idade para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

	Menores 26 anos	26 a 35	36 a 45	46 a 55	Maiores 55 anos
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	41,3%	46,0%	10,8%	0,8%	1,1%
Locutores/as de radio, televisión e outros/ as presentadores/as	9,9%	41,7%	31,2%	15,7%	1,5%
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	31,2%	58,4%	7,8%	0,6%	1,9%
Total grupos ocupacionais	26,3%	45,4%	19,5%	7,4%	1,4%
Sector servizos	32,0%	37,3%	19,0%	9,3%	2,5%
Galicia	30,9%	36,5%	19,6%	10,1%	2,9%

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Entre os/as escritores/as e xornalistas predomina claramente a contratación de xente menor de 36 anos, dado que representa 87,3%, unha situación moi semellante ao dos profesionais da publicidade e das relacións públicas, 89,6%. A menor idade das persoas contratadas é un dos trazos máis marcados destes dous grupos, tanto con respecto ao grupo de locutores de radio ou televisión, onde predomina en maior medida os estratos que teñen entre 26 e 45 anos (82,9%), como con respecto ao conxunto do sector servizos e Galicia.

Táboa 8. Porcentaxe de contratos por tipo de contrato para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

	Indefinido tempo completo	Indefinido tempo parcial	Temporal tempo completo	Temporal tempo parcial	Prácticas /Forma.	Outros
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	8,1%	0,2%	76,2%	9,9%	4,9%	0,8%
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	1,4%	2,2%	19,8%	16,2%	0,6%	59,9%
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	27,3%	3,2%	42,9%	9,7%	14,3%	2,6%
Total grupos ocupacionais	7,1%	1,4%	47,6%	12,7%	4,0%	27,2%
Sector servizos	7,1%	2,4%	59,0%	26,5%	1,9%	3,0%
Galicia	9,4%	2,0%	62,7%	21,3%	2,3%	2,3%

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

No grupo de escritores/as ou xornalistas a forma de contratación predominante é a temporal a tempo completo (76,2%), seguida moi de lonxa pola temporal a tempo parcial, 9,9%. No sector servizos, o nivel de contratación temporal é moi semellante xa que aínda que baixan os contratos subscritos a tempo completo (59%) aumentan os realizados a tempo parcial (26,5%).

A contratación máis empregada no grupo de locutores/as de radio ou televisión é a que se realiza na categoría de outros, 59,9%, que engloba, entre outros, aos contratos vinculados a réximes especiais como os/as de artista. O resto de modalidades de contratación teñen un peso menor, se ben é de destacar o 36% que alcanza as dúas modalidades de contratación temporal.

Para os profesionais da publicidade e das relacións públicas a modalidade máis empregada é a temporal a tempo completo, 42,9%. Porén, a contratación indefinida alcanza maiores porcentaxes que no resto dos grupos ocupacionais vinculados ao xornalismo e que no resto do sector servizos, acadando unha porcentaxe do 30,5%. Ademais, tamén destaca máis que no resto os contratos realizados en prácticas ou de formación, 14,3%.

Táboa 9. Evolución de contratos por tipo de contrato para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Período 2003-2007.

	Indefinido tempo completo	Indefinido tempo parcial	Temporal tempo completo	Temporal tempo parcial	Prácticas /Forma.	Outros
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	69,6%	-82,6%	-0,8%	11,6%	26,7%	-47,4%
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	111,8%	16,7%	16,9%	46,9%	70%	108,0%
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	290,7%	150,0%	56,2%	50,0%	31,3%	150,0%
Total grupos ocupacionais	124,9%	1,3%	5,8%	32,4%	36,5%	102,3%
Sector servizos	32,8%	26,5%	13,5%	15,6%	-3,4%	-32,8%
Galicia	38,6%	25,8%	7,1%	14,5%	-4,6%	-32,4%

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

A contratación indefinida aumentou en todos os grupos ocupacionais vinculados ao xornalismo durante o período 2003-2007, se exceptuamos a contratación a tempo parcial no de escritores/as ou xornalistas que ten unha importancia marxinal. Estas subas son moi significativas para a contratación indefinida a tempo completo nos grupos de escritores/as ou xornalistas e locutores/as de radio ou televisión, tanto en termos relativos como en termos absolutos. Non así no caso do grupo de profesionais da publicidade, onde o forte incremento relativo (290,7%) responde a variacións pequenas en volume global. Este incremento da contratación indefinida é notablemente máis alto que o producido no conxunto do sector servizos e en Galicia.

A contratación a tempo completo aumentou para os profesionais da publicidade e das relacións públicas (56,2%) e para os/as locutores/as de radio ou televisión (16,9%), en tanto que descendeu moi levemente para os/as escritores/as ou xornalistas (-0,8%). Ademais, en todos os grupos aumenta a contratación temporal a tempo parcial. Os

aumentos producidos nestas dúas modalidades de contratación entre os/as locutores/as de radio ou televisión e os/as profesionais da publicidade e das relacións públicas son maiores que os acontecidos no sector servizos e en Galicia.

É destacable pola súa importancia o incremento nos contratos realizados a través de réximes especiais, e que se engloban no apartado de outros, no grupo de locutores de radio ou televisión, 108%.

Táboa 10. Taxa de contratación indefinida segundo xénero para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

	Home	Muller	Global
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	10,2	7,4	8,3
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	3,3	3,9	3,5
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	36,2	27,1	30,5
Total grupos ocupacionais	8,5	8,5	8,5
Sector servizos	9,3	9,7	9,6
Galicia	9,7	9,9	9,8

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

A taxa de contratación indefinida é máis alta nos homes nos grupos de escritores/as ou xornalistas (10,2% fronte ao 7,4%) e nos de profesionais da publicidade e das relacións públicas (36,2% fronte ao 27,1%). En cambio no grupo de locutores/as de radio ou televisión a porcentaxe é levemente máis alta para as mulleres (3,9%) que para os homes (3,3%).

Por outra parte, mentres o grupo de profesionais da publicidade e das relacións públicas acadan porcentaxes de contratación indefinida máis altas para homes e mulleres que o sector servizos e o conxunto de Galicia, o de locutores/as de radio ou televisión ten valores relativos claramente máis baixos. A contratación masculina indefinida no grupo de escritores/as ou xornalistas sitúase levemente por riba da media acadada para os servizos e Galicia, mentres que esta porcentaxe para as mulleres acadan un valor menor ao destas dúas medias.

Táboa 11. Taxa de rotación segundo xénero para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

	Home	Muller	Total
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	1,6	1,9	1,8
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	3,8	3,7	3,7
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	1,4	1,2	1,2
Total grupos ocupacionais	2,4	2,2	2,3
Sector servizos	2,2	1,9	2,0
Galicia	2,0	1,7	1,9

Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

A taxa de rotación vai permitir analizar a volatilidade da contratación, debido a que indica o número de contratos realizados por cada persoa contratada. Deste xeito, obsérvase que para os grupos de escritores/as ou xornalistas (1,8 contratos por persoa) e profesionais da publicidade e das relacións públicas (1,2) a taxa de rotación é menor que para o conxunto do sector servizos (2) e o conxunto de Galicia (1,9). En cambio para o grupo de locutores/as de radio ou televisión a taxa é claramente superior (3,7) o que indica unha grande volatilidade da contratación, un comportamento que é común tanto para a contratación masculina como para a feminina.

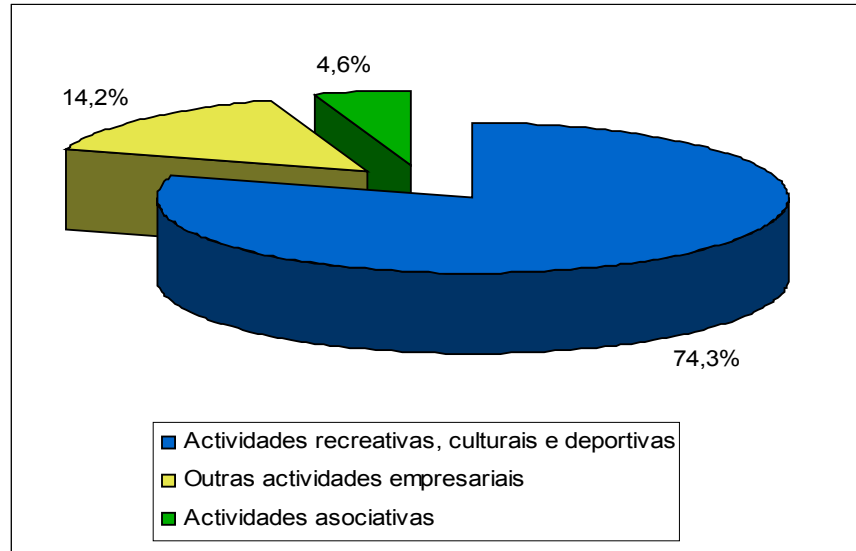
A taxa de rotación masculina e feminina está claramente por baixo dos valores do sector servizos no caso do grupo de profesionais da publicidade e das relacións públicas. En cambio, esta circunstancia prodúcese para a contratación masculina do grupo de escritores/as ou xornalistas, pero non así para a feminina onde a taxa de rotación é a mesma (1,9).

Táboa 12. Taxa de rotación segundo idade para os grupos ocupacionais, sector servizos e Galicia. Ano 2007.

	Menores 26 anos	26 a 35	36 a 45	46 a 55	Maiores 55 anos
Escritores/as, periodistas e asimilados/as	2,0	1,6	1,6	2,5	1,5
Locutores/as de radio, televisión e outros/as presentadores/as	1,9	3,7	4,3	7,3	1,1
Profesionais da publicidade e das relacións públicas	1,2	1,3	1,4	1,0	1,0
Total grupos ocupacionais	1,9	2,1	3,0	6,4	1,2
Sector servizos	1,9	2,0	2,0	2,2	2,0

No grupo de escritores/as ou xornalistas a taxa de rotación é menor no entre os 26 e 45 anos (1,6), mentres ascende levemente por riba da media do sector servizos para os e as menores de 26 anos e os/as que teñen entre 46 e 55 anos (2 e 2,5, respectivamente). Os/as locutores/as de radio ou televisión teñen taxas de rotación moi altas nos intervalos de idade cun maior volume de contratación, os/as comprendidos/as entre os 26 e 55 anos. Os e as profesionais da publicidade e das relacións públicas teñen taxas notablemente máis baixas en todos os intervalos de idade, tanto se o comparamos co conxunto do sector servizos como cos outros dous grupos ocupacionais vinculados á actividade de xornalismo.

Gráfico 3. Principais actividades CNAE por número de contratos para os grupos ocupacionais vinculados a xornalismo.



Fonte: Base de contratos. Instituto das Cualificacións. Consellería de Traballo. Xunta de Galicia.

Segundo a clasificación empregada na base de rexistro, os contratos asinados polos/as escritores/as ou xornalistas, locutores/as de radio ou televisión, ou profesionais da publicidade e das relacións públicas concéntranse sobre todo nas actividades recreativas, culturais e deportivas. Este epígrafe da CNAE contempla actividades como as de radio e televisión, as de axencia de noticias ou as de produción cinematográfica ou vídeo. A continuación sitúanse o epígrafe de outras actividades empresariais (14,2%), que contempla actividades como as de publicidade, actividades de secretaría e tradución, ou actividades de relacións públicas. As actividades asociativas concentrarían un 4,6% da contratación. O resto das actividades onde se rexistra contratación non chegan a acadar un 2% da mesma.

Síntese de Conclusións

1 Índice

1 ÍNDICE.....	231
2 INTRODUCCIÓN.....	232
3 SÍNTESE CONCLUSIVA PARA A ENQUISA A XORNALISTAS.....	233
AO RESPECTO DA DISTRIBUCIÓN DOS E DAS PROFESIONAIS DO XORNALISMO SEGUNDO O MEDIO NO QUE TRABALLAN PRINCIPALMENTE.....	233
AO RESPECTO DAS CONDICIÓN CONTRACTUAIS NAS QUE OS E AS PROFESIONAIS DO XORNALISMO REALIZAN O SEU TRABALLO.....	233
AO RESPECTO DO TEMPO ADICADO AO TRABALLO.....	234
AO RESPECTO DO NIVEL RETRIBUTIVO DOS E DAS XORNALISTAS.....	235
AO RESPECTO DA DOTACIÓN DE RECURSOS NO LUGAR DE TRABALLO.....	236
ACCESO A FONTES: EMPREGO DAS TIC E LECTURA DE XORNAIS.....	237
AO RESPECTO DA LINGUA HABITUAL DE TRABALLO.....	237
AO RESPECTO DO GRAO DE LIBERDADE NO TRABALLO.....	238
AO RESPECTO DA PERCEPCIÓN DE PRESIÓN NO TRABALLO.....	238
AO RESPECTO DA PARTICIPACIÓN EN ACCIÓN FORMATIVAS.....	239
AO RESPECTO DA REGULACIÓN A TRAVÉS DE CONVENIO E DA VALORACIÓN DO SEU CONTIDO.....	240
AO RESPECTO DA SATISFACIÓN CON DIVERSOS ASPECTOS DO TRABALLO.....	241
AO RESPECTO DO COÑECEMENTO DE CASOS DE DISCRIMINACIÓN DE XÉNERO.....	242
VALORACIÓN DA REALIDADE DO SECTOR DA COMUNICACIÓN EN GALICIA.....	243
GRAO DE COÑECEMENTO E PARTICIPACIÓN NOS AXENTES QUE VERTEBRAN AO SECTOR.....	244
VALORACIÓN DOS SERVIZOS E ACTIVIDADES DO COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA E DO SINDICATO DE XORNALISTAS DE GALICIA.....	245
4 SÍNTESE CONCLUSIVA PARA A ANÁLISE OCUPACIONAL.....	246
5 SÍNTESE CONCLUSIVA PARA AS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDADE.....	249
AO RESPECTO DA REALIDADE DO SECTOR DA COMUNICACIÓN EN GALICIA.....	249
AO RESPECTO DA SITUACIÓN E PROBLEMÁTICAS PROFESIONAIS DESTES E DESTAS PROFESIONAIS.....	251
NICHOS EMERXENTES DE EMPREGO E DOS PERFÍS DEMANDADOS A ESTE RESPECTO.....	252

2 Introducción

No presente apartado realízase unha síntese conclusiva dos datos descritos nas páxinas anteriores para os diferentes dispositivos de investigación contemplados no estudo.

Esta descrición de conclusións estruturarase a través dos seguintes epígrafes.

- Síntese conclusiva dos datos recollidos a través da enquisa a xornalistas (Dispositivo II), entendida como un instrumento que permite dimensionar diferentes tendencias presentes na realidade profesional dos e das xornalistas. Estas tendencias serán contrastadas co estudo publicado polo Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia no ano 2002 cando a estrutura de datos o permita.
- Síntese valorativa dos datos recollidos para a análise ocupacional, a través do tratamento dos datos publicados polo Servizo Público de Emprego Galego (Dispositivo III). Aportando un dimensionamento de diversas tendencias de demanda de emprego e contratación asociables ao colectivo de xornalistas no período 2005-2007.
- Síntese conclusiva das opinións recollidas a través da realización de entrevistas en profundidade (Dispositivo I), entendidas como un marco valorativo no que contextualizar os datos recollidos a través dos restantes dispositivos. É por isto que serán comentadas en contraste cos datos cuantitativos recollidos nos anteriores dispositivos cando sexa pertinente.

3 Síntese conclusiva para a enquisa a xornalistas

Ao respecto da distribución dos e das profesionais do xornalismo segundo o medio no que traballan principalmente

A prensa é o medio no que desenvolve o seu traballo unha parte destacada dos e das xornalistas, seguíndolle a distancia a televisión, a radio e os gabinetes. Estes catro ámbitos engloban a cerca dun 80% da mostra total enquisada.

De todos os xeitos, o peso estatístico do xornalismo en prensa amosa unha certa tendencia á baixa con respecto aos datos do estudo do ano 2002, o que pode apuntar cara un escenario de certa diversificación de campos para os e as xornalistas.

Ten interese comentar, nesta comparativa temporal, que o campo dos gabinetes podería estar reforzado a súa relevancia como saída profesional para as mulleres, mentres que a prensa continúa a amosar unha presenza superior dos homes.

Ao respecto das condicións contractuais nas que os e as profesionais do xornalismo realizan o seu traballo

O caso máis frecuente é que os e as xornalistas desenvolvan o seu traballo nunha única empresa, aínda que o pluriemprego afecta a un significativo 15% desta mostra. As persoas que se atopan nesta situación traballan, polo xeral, en dúas empresas.

Como acontecía no estudo realizado no ano 2002, unha proporción moi significativa dos casos foi contratada en calidade de “redactor/redactora”, repartíndose o resto entre distintos postos que presentan pesos moito máis minoritarios. Salvo algunhas excepcións, a relación de postos contemplada no estudo permite ver como unha situación relativamente frecuente o desempeño dun posto diferente ao que recolle o propio contrato laboral.

Ao respecto do tempo adicado ao traballo.

O promedio de horas traballadas nun día habitual sitúase en 8,2, tendo unha presenza significativa os e as xornalistas que traballan máis horas ao día (27,6%). Na mesma liña, aínda que o número medio de días traballados nun mes se sitúa en 22,3, existe unha proporción destacada de casos que traballan habitualmente un número superior de xornadas (40,3%). Esta análise amosa que se manteñen promedios similares aos identificados no estudo realizado no ano 2002, e que un importante número de persoas continúa a desenvolver a súa actividade por riba dos estándares fixados normativamente.

De feito, máis da metade dos e das xornalistas manifesta realizar habitualmente horas extraordinarias no seu traballo, que rara vez son compensadas ou remuneradas. A proporción de casos que se atopa nesta situación mantense próxima aos parámetros identificados no ano 2002.

Ao respecto do nivel retributivo dos e das xornalistas.

As respostas relativas ao nivel retributivo visualizan un sesgo derivado do perfil das persoas enquisadas, así como da elevada porcentaxe de casos que non aportaron información a este respecto (30,6% da mostra). En todo caso, o salario neto mensual dos e das xornalistas que responderon a esta pregunta na enquisa establécese, en promedio, en 1.499 €. A partir deste dato, e tomando como referencia o promedio de horas traballadas nun día habitual, é posible establecer en 8,2 € a retribución neta media por cada hora de traballo realizado.

Cabe estimar que, igual que ocorría 7 anos atrás, o nivel retributivo dos e das xornalistas segue a amosar que **nunha porcentaxe significativa de casos o salario percibido está moi lonxe do esperable** para a titulación de xornalista, ou para un desempeño profesional cualificado como o destes e destas profesionais. Tomando como referencia a "Enquisa de Estrutura Salarial" do INE para o ano 2006 (na medida en que ten unha proximidade temporal aceptable), o nivel salarial medio para titulados de segundo grao estaba situado entre 1.560 e 1.860 € netos mensuais, por riba da media rexistrada para os xornalistas no presente estudo.

Afondando nesta cuestión, destacar que **un 52,3% dos e das xornalistas declara percibir menos de 1.499 € mensuais**, situándose próxima ao 30% á porcentaxe de casos que manifestan ter unha retribución neta mensual inferior aos 1.200 €, e ao 15% a dos que se sitúan por baixo dos 1.000 €.

Destacar tamén, que as mulleres declaran unha retribución mensual media inferior aos homes, ou que o promedio salarial aumenta a medida que aumenta a idade. Tendencias xa manifestadas no estudo do ano 2002.

Ao respecto da dotación de recursos no lugar de traballo.

Entre os e as xornalistas é maioritaria a valoración de que o seu lugar de traballo reúne as condicións axeitadas para o desempeño das tarefas que teñen asignadas, aínda que un 14,6% afirma o contrario e un 9,9% non contesta a esta pregunta. As porcentaxes de satisfacción son, por tanto, similares ás constatadas no estudo realizado no ano 2002.

No ano 2008, segue a ser entre os e as profesionais do ámbito da radio e a televisión entre os que hai unha maior porcentaxe de insatisfacción a este respecto. Unha cuestión en certo sentido lóxica na medida en que requiren dunha dotación de recursos moi específicos para o desempeño do seu traballo.

Doutra banda, a comparativa entre os dous estudos permite visualizar que nestes 7 anos se ten incrementado en case 16 puntos a porcentaxe dos/das que teñen conexión a internet, superando xa o 90%. Este dato pode ser considerado un indicador do, por outra parte lóxico, asentamento das TIC (Tecnoloxías da Información e Comunicación) no desempeño xornalístico.

Acceso a fontes: emprego das TIC e lectura de xornais.

É un lugar común considerar que as TIC son un recurso clave para o traballo; nomeadamente para os e as xornalistas, na medida en que facilitan a súa capacidade para tomar contacto con fontes de información. É por isto que ten interese constatar que **a consulta de Internet e do correo electrónico constitúen actualmente unha tarefa diaria para a maior parte destes profesionais**; constatando un incremento notable sobre a porcentaxe detectada no ano 2002 (21,5 e 24,7 puntos porcentuais, respectivamente).

Nesta mesma liña é considerada a lectura de xornais, identificada como unha tarefa cotiá pola maioría dos e das xornalistas, do mesmo xeito que o era hai 7 anos.

Ao respecto da lingua habitual de traballo.

O galego rexistra no ano 2008 unha porcentaxe algo máis alta de xornalistas que declaran empregalo “sempre” no desenvolvemento do seu traballo; aproximándose ao 50% da mostra. Destacar que a proporción de casos que manifestan non empregar “nunca” o galego é menor dos que expresan o mesmo para o castelán.

En todo caso, destacar que o ámbito da prensa continúa a visualizar un emprego habitual comparativamente menor para o galego.

Ao respecto do grao de liberdade no traballo.

A lingua é un aspecto para o que os e as xornalistas recoñecen con certa frecuencia ter unha menor capacidade de elección. A porcentaxe de casos nos que se valora ter, en maior ou menor medida, liberdade a este respecto ten descendido lixeiramente desde o 2002.

Tamén nunha perspectiva temporal, cómpre dar conta de que a porcentaxe de xornalistas que están moi ou bastante de acordo con que teñen liberdade para elixir temas, fontes e titulares sitúase por riba do 60%; parámetros lixeiramente inferiores aos manifestados no anterior estudo (cun descenso de 6,2, 8,7 e 3,4 puntos porcentuais, respectivamente).

En boa lóxica, as persoas enquisadas no presente estudo manifestan, en promedio, unha valoración positiva aínda que contida ao respecto do grao de liberdade de que dispoñen no traballo; na liña do expresado no ano 2002. Para o 2008, esta valoración exprésase nunha puntuación media de 7 (sobre unha escala de 1 a 10).

Ao respecto da percepción de presións no traballo.

Na liña do comentado no epígrafe anterior, existe unha proporción significativa, en torno a un 20%, dos e das xornalistas que manifesta estar moi ou bastante de acordo coa afirmación de que recibe presións na realización do seu traballo (internas ou, en maior medida, externas). Sen embargo, se consideramos que entre as persoas que din estar "pouco de acordo" poden percibirse presións de tipo máis ocasional, as porcentaxes de recoñecemento de presións experimentarían unha tendencia á alza.

Paga a pena destacar que é no ámbito da prensa no que unha menor porcentaxe de xornalistas declara recibir presión internas (manténdose en parámetros similares nos restantes); mentres que a radio e a prensa destacan comparativamente polo recoñecemento de presións de tipo externo.

En relación a esta mesma cuestión, sinalar que mentres para case un tercio dos e das xornalistas os criterios predominantes na súa empresa á hora de desenvolver a actividade son os xornalísticos, para practicamente outro tercio serían de tipo económico; e de tipo político para moitos dos casos restantes.

Ao respecto da participación en accións formativas.

Unha proporción destacada dos e das xornalistas enquisados no presente estudo afirma non ter participado en cursos de formación no último ano. Entre os e as que si o fixeron, un 38% da mostra, o promedio de cursos sitúase en 2, aínda que o caso máis repetido é asistir a un único curso. As empresas teñen un protagonismo moito máis destacado que calquera outra entidade en canto que axentes que proveen formación a traballadores e traballadoras.

Por tanto, cabe valorar que a formación e a reciclaxe teñen presenza no sector aínda que visualizan unha cobertura limitada. O contraste entre ambos estudos indica, ademais, que a formación, en canto estratexia sectorial tería mantido un nivel similar de cobertura nestes 7 anos.

Ao respecto da regulación a través de convenio e da valoración do seu contido.

Traballar nunha empresa acollida a un convenio colectivo é a situación máis estendida entre os e as xornalistas (71,3%). Cabe considerar que o número de xornalistas acollidos a convenio mantense en parámetros asimilables aos do estudo realizado no 2002.

Entre as persoas que si traballan no marco dun convenio só un **81% afirma coñecer o seu contido**; unha porcentaxe, en todo caso, algo superior á detectada no 2002. Se ben naquela data un 71% destas casos valoraba axeitado o convenio colectivo, o presente estudo inquiría máis especificamente sobre se este era axeitado ás necesidades dos e das xornalistas, polo que as porcentaxes varían, ascendendo a un 58,4% os casos que responden negativamente.

Cabe destacar que se no ano 2002 a prensa aparecía como o ámbito máis regulado por convenio e os gabinetes como os que menos, no ano 2008 a televisión e a prensa destacan por visualizar unha porcentaxe superior ao 80% dos casos (de igual xeito que as axencias e os medios electrónicos, aínda que o seu peso na mostra non permite establecer este dato como tendencia), mentres que a radio e os gabinetes mantéñense próximos ao 70%.

Ao respecto da satisfacción con diversos aspectos do traballo.

Entre as conclusións establecidas no estudo realizado no ano 2002, estaba a consideración de que os e as xornalistas estaban máis satisfeitos coas tarefas que realizaban que co soldo que percibían. Entre os aspectos positivos do traballo xornalístico os máis valorados eran claramente o tipo de traballo e a flexibilidade de horarios; sendo tamén os horarios e, en menor medida, a retribución os considerados máis negativamente.

O presente estudo aborda a análise da satisfacción laboral ampliando o número de factores a valorar. De todos xeitos, **volve a ser o tipo de traballo o aspecto que suscita unha maior porcentaxe de satisfacción, xunto co acceso á información ou o ambiente de traballo.** E, novamente, son o salario e os horarios os aspectos que suscitan un maior nivel de insatisfacción.

Non sorprende por tanto que a porcentaxe de xornalistas que recoñecen ter sentido gañas de mudar de traballo se manteña no 2008 en parámetros similares aos do ano 2002 (en torno ao 50%).

O estudo do 2002 manifestaba que os e as xornalistas que traballaban en gabinetes eran os máis satisfeitos co salario, mentres que no 2008 serían os/as xornalistas da televisión e os gabinetes quen máis destacan a este respecto. A insatisfacción coa retribución é especialmente visible no ámbito da radio.

Ao respecto do coñecemento de casos de discriminación de xénero

O presente estudo pon de manifesto que un **16,6%** dos e das xornalistas afirma coñecer casos de discriminación en función do xénero na súa empresa, mentres que os casos que os coñecen noutras empresas chega a un **41%**.

Así, é posible determinar que un **43%** da mostra total de persoas enquisadas manifesta coñecer casos de discriminación por xénero. **Isto supón unha porcentaxe significativamente superior á do estudo do ano 2002 (24,2%)**, polo que semella existir unha tendencia cara un maior coñecemento, ou cando menos recoñecemento, deste tipo de feitos.

En todo caso, segue a ser significativamente máis frecuente recoñecer a existencia destas situacións máis noutras empresas que na propia.

Ten interese destacar que entre as mulleres, así como entre os e as xornalistas máis novos, ten unha maior incidencia o coñecemento de casos de discriminación por xénero.

Valoración da realidade do sector da comunicación en Galicia

O estudo realizado no ano 2002 recollía a opinión dos e das xornalistas ao respecto do grao de fidelidade que manifestaban os medios, o propio e os restantes, á hora de reflectir a realidade galega. No presente estudo optouse por recoller, ademais, a súa opinión ao respecto de como estaban a valorar o seu traballo os e as xornalistas, no propio medio e nos restantes; así como ao respecto do coñecemento, consideración e prestixio social que tiña esta profesión no ámbito galego.

Un significativo 33,4% dos e das xornalistas opina que o seu medio reflicte fielmente a realidade galega tan só ocasionalmente; ou, nalgún destes casos, que non o fai nunca. Esta opinión supera o 56,3% á hora de valorar aos "outros medios" ao respecto desta cuestión.

O estudo realizado no 2002 amosaba unha tendencia similar á hora de amosar unha valoración máis crítica da fidelidade dos "outros" medios.

Na mesma liña, tamén un destacable 34,2% dos e das xornalistas entende que os e as profesionais do seu medio valoran positivamente o seu traballo tan só "en ocasións", ou, nalgún destes casos, que non o fan nunca. Esta opinión é máis frecuente cando se refire á situación dos e das xornalistas doutros medios (42,5%).

A valoración crítica é aínda máis acusada no relativo ao coñecemento, consideración e incremento ou non do prestixio na sociedade da profesión xornalística; un 73,4%, un 82,3% e un 91,6%, respectivamente, expresa que considera ocasionais ou nulos estes aspectos.

Grao de coñecemento e participación nos axentes que vertebran ao sector

O cuestionario de enquisa preguntaba aos e ás xornalistas polo nivel de coñecemento de distintas entidades sectoriais: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, Sindicato de Xornalistas de Galicia e asociacións diversas.

Os datos relativos ao coñecemento e integración no Colexio están claramente influídos polo feito de que esta entidade foi a principal promotora do estudo, remitindo o cuestionario á maioría das persoas que conforman a mostra. Este efecto incide tamén no coñecemento e integración no Sindicato, pero menos significativamente; destacando o nivel de coñecemento rexistrado para esta entidade.

No que toca ao ámbito asociativo, os datos recollidos visualizan un nivel medio ou baixo de coñecemento: entre o 26 e o 59% dos e das xornalistas segundo cal sexa a entidade á que se fai referencia.

Por contra, estes mesmos datos levan a considerar que o nivel de participación nas entidades asociativas, así como no propio Sindicato, resulta significativamente inferior ao nivel de coñecemento.

Valoración dos servizos e actividades do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e do Sindicato de Xornalistas de Galicia

Conforme aos datos recollidos, 6 de cada 10 xornalistas colexiados manifesta ter empregado os servizos desta entidade ou acudido as actividades que organiza, mentres que tan só un 7,4% das mesmas indica ter feito o mesmo coas actuacións desenvolvidas desde o Sindicato.

A calidade destes servizos recibe unha puntuación media de 6,2 sobre unha escala do 1 ao 10 (na que o 10 indica a máxima calidade).

No caso das persoas afiliadas ao Sindicato, a proporción é similar na medida en que aproximadamente 6 de cada 10 casos manifestan ter empregado os servizos desta entidade ou ter acudido ás actividades que organiza. Un 44% das mesmas manifesta o mesmo ao respecto das actuacións desenvolvidas desde o Colexio.

A calidade destes servizos epígrafes recibe unha puntuación media de 6,9 sobre unha escala do 1 ao 10 (na que o 10 indica a máxima calidade). Neste caso específico, destaca especialmente a puntuación outorgada aos servizos de "asesoramento xurídico".

4 Síntese conclusiva para a análise ocupacional

En todos os grupos ocupacionais considerados nesta análise (escritores/as ou xornalistas, locutores/as de radio ou televisión, e profesionais da publicidade e das relacións públicas) descendeu o número de parados e paradas rexistrado. Esta evolución positiva no mercado laboral destes grupos nos últimos anos vese reflectida tamén no aumento da contratación, aínda que o aumento acontecido no grupo de escritores/as ou xornalistas pode considerarse como discreto.

O mercado laboral destes grupos ocupacionais sitúase en contextos urbanos, principalmente nos concellos de Santiago de Compostela, Vigo e A Coruña. Destaca a importancia do concello de Santiago no ámbito da contratación, sobre todo polo peso que toman as contratacións para locutores/as de radio ou televisión. Esta circunstancia deriva da importante presenza que ten a industria da radio e a televisión neste concello, e sobre todo da Compañía de Radio e Televisión de Galicia.

Nos grupos de escritores/as ou xornalistas e profesionais da publicidade hai unha forte presenza das mulleres, tanto no ámbito da contratación como no caso do paro rexistrado. Esta tendencia vese reforzada no primeiro grupo debido ao aumento notable da contratación feminina en contraposición co descenso que se produce na masculina. En cambio, en locutores/as de radio ou televisión a contratación masculina é maior ca feminina, mentres que os demandantes parados masculinos son menores cos femininos. Este desaxuste tende a equilibrarse debido ao descenso producido entre as demandantes paradas deste grupo entre os anos 2005-2007, que pode ser debido ao aumento da contratación ou a unha reorientación da súas demandas a outras ocupacións.

Dentro dos grupos de escritores/as ou xornalistas, e profesionais da publicidade e das relacións públicas predomina un perfil máis novo de contratado/a e demandante parado/a, tendo unha forte presenza os traballadores e as traballadoras de menos de 36 anos, cunha presenza máis forte que noutras actividades do sector servizos. En cambio, entre os locutores e locutoras de radio ou televisión para o paro e contratos rexistrados a idade é máis alta, ao estar situada maioritariamente entre os 26 e os 45 anos.

O tempo de busca de emprego das persoas en paro rexistradas é máis baixo do que se produce noutras actividades do sector servizos en todos os grupos ocupacionais vinculados á actividade de xornalismo. Sobre todo destaca o grupo de escritores/as ou xornalistas e o de profesionais da publicidade e das relacións públicas, onde predominan moi claramente os e as demandantes de curta duración, é dicir, as persoas que levan menos dun ano nesta situación. Aínda que tanto para homes como para mulleres predominan os parados de curta duración, detéctase unha maior presenza do paro de longa duración, é dicir de máis dun ano, entre as mulleres.

A contratación temporal é claramente predominante no grupo de escritores/as ou xornalistas, aínda que cuns niveis semellantes aos do conxunto do sector servizos se consideramos a tempo completo e/ou parcial. Non obstante, a contratación temporal ten descendido levemente entre os anos 2003 e 2007, mentres ten aumentado a contratación indefinida a tempo completo. No grupo de locutores/as de radio ou televisión predominan as modalidades especiais de contratación, unha formula que incrementa notablemente a súa importancia nos últimos anos, sendo destacable a escasa presenza que teñen as formas de contratación indefinida. No grupo de profesionais

da publicidade e das relacións públicas predomina a contratación temporal, se ben destaca de maneira notable os altos volumes acadados na contratación indefinida.

A maior eventualidade da contratación prodúcese no grupo de locutores/as de radio ou televisión, ao contar con taxas de rotación moi altas e taxas de contratación indefinida moi baixas. En cambio, o grupo de profesionais de publicidade e das relacións públicas tende en maior medida á estabilidade do emprego xerado, dadas as altas taxas de contratación indefinida e as baixas taxas de rotación. Nunha situación intermedia estaría o grupo de escritores/as ou xornalistas que ten unha maior eventualidade entre as traballadoras que entre os traballadores.

O conxunto de actividades de onde proceden as persoas en paro rexistradas é máis heteroxéneo que o recollido para o os contratos, onde tende a concentrarse en tres actividades (actividades recreativas, culturais e deportivas, outras actividades empresariais e actividades asociativas). Como consecuencia deste contraste, todo parece indicar que os e as xornalistas realizan traballos diversos en outras actividades mentres non atopan unha contratación nas actividades máis propiamente vinculadas ao xornalismo.

5 Síntese conclusiva para as entrevistas en profundidade

O discurso recollido a través das entrevistas a informantes clave céntrase nunha descrición sintética da realidade do sector da comunicación en Galicia, entendida como contexto do desempeño profesional dos e das xornalistas galegos, así como nunha valoración da situación e problemáticas profesionais destes e destas profesionais. As entrevistas permitiron, tamén, recoller unha aproximación aos nichos emerxentes de emprego e as perfís demandados a este respecto.

Na medida en que pechan este apartado de conclusións, a síntese das valoracións recollidas é contrastada, cando é factible, cos datos aportados desde a enquisa e a análise ocupacional.

Ao respecto da realidade do sector da comunicación en Galicia

Os eixos centrais de valoración inciden máis centralmente no peso que tradicionalmente tivo e ten o ámbito Público para este sector, no elevado número de cabeceiras presentes (que moitas persoas consideran sobredimensionado) e, moi asociado a estas cuestións, no limitado desenvolvemento doutros formatos e ámbitos (entre os que se inclúen os denominados como “emerxentes”).

Os datos recollidos a través da enquisa e, dun xeito máis indirecto, os datos do Servizo Público de Emprego, permiten corroborar o peso significativo da prensa en tanto que ámbito de traballo para os e as xornalistas, así como o desenvolvemento contido dos gabinetes e os medios electrónicos en tanto que ámbitos máis emerxentes.

O momento actual é caracterizado moi centralmente pola “crise” dos medios “clásicos”, especialmente os escritos, ante a presión doutros formatos emerxentes na rede; agravada por unha realidade de crise socioeconómica xeral. Ao tempo que polo escepticismo ao respecto do potencial que están a amosar estes formatos “emerxentes” para asentar alternativas laborais viables en Galicia, ou polo estancamento doutros de corte máis tradicional como a radio e a televisión.

A perspectiva maioritaria é que esta realidade tería, entre outras consecuencias, unha capacidade máis limitada para a xeración de emprego e unha menor atención ás condicións laborais nas que desenvolven o seu traballo os e as xornalistas en Galicia.

É un lugar común considerar que o futuro, polo menos no inmediato, non visualizará grandes cambios a este respecto.

Aínda así, e partindo deste contexto, existe unha percepción en xeral positiva dos niveis de inserción dos licenciados e licenciadas en xornalismo nos últimos anos, así como do nivel de cualificación co que chegan ao mercado laboral. A primeira destas percepcións vese corroborada ao considerar que os datos extractados do Servizo Público de Emprego constataban unha tendencia destacada de contratación para estes e estas profesionais (no período 2003-2007), nunha comparativa coa situación rexistrada no conxunto do sector servizos e do ámbito galego.

Cabe pensar que esta tendencia amosará signos de involución derivados do marco de crise socioeconómica xeneralizada que xa se apuntaba desde as entrevistas.

Ao respecto da situación e problemáticas profesionais destes e destas profesionais

A opinión xeral incide especialmente en que un número moi destacado dos e das xornalistas desempeña o seu traballo nun marco de precariedade. Que se manifesta, con frecuencia, nunha retribución que non se corresponde co nivel de esixencia e cualificación que se lles require, nunha inestabilidade contractual e na dificultade para proxectar horizontes de desenvolvemento profesional claros. Este é o aspecto que motiva unha maior preocupación en todas as persoas entrevistadas.

O contraste cos datos recadados a través do Servizo Público de Emprego destaca a forte presenza da contratación temporal no sector, xunto co peso de vínculos por obra ou de tipo artístico en ámbitos concretos.

A enquisa a xornalistas permite afondar no dimensionamento da precarización ao constatar que máis do 50% percibe unha retribución neta mensual inferior, por exemplo, á rexistrada na "Enquisa de Estrutura Salarial" (elaborada polo INE no 2006) para titulados e tituladas de segundo grao. Destaca tamén que unha porcentaxe moi significativa percibe menos de 1.000 € netos ao mes, e que máis da metade afirma realizar horas extraordinarias, que rara vez son compensadas. Nesta liña, a enquisa constata que son o salario e os horarios de traballo os aspectos que suscitan un maior nivel de insatisfacción entre xornalistas.

Asociado ao tema da precarización, a maior parte das persoas entrevistadas manifestaba a súa percepción de que a incorporación sostida da muller ao ámbito laboral do xornalismo estaba a visualizar claras asimetrías. A enquisa permite corroborar esta valoración ao dar conta de que é moi frecuente que os e as xornalistas manifesten coñecer casos de discriminación en función do xénero, e ao constatar que as mulleres declaran, en promedio, unha remuneración inferior á dos homes.

Tamén neste sentido, cómpre salientar que aínda que unha maioría das persoas enquisadas manifesta traballar nunha empresa acollida a un convenio colectivo, entre as mesmas é moi frecuente considerar que este non se axusta ás necesidades dos e das xornalistas. Polo que mellorar na regulación das súas condicións laborais segue a ser unha asignatura pendente para moitos e moitas.

Nichos emerxentes de emprego e dos perfís demandados a este respecto

Tal e como se detallaba en páxinas anteriores, as novas tecnoloxías e as súas aplicacións no desenvolvemento, e mesmo integración, dos formatos clásicos ou emerxentes son os referentes máis destacados á hora de falar de nichos potenciais de emprego.

Destácase que o escenario empresarial e as estratexias aplicadas ao desenvolvemento dos diferentes formatos tradúcense nunha demanda xeneralizada de profesionais con polivalencia.

A polivalencia defínese, neste sentido, como unha estratexia central de inserción e traxectoria profesional no xornalismo. Existe, ao tempo, un debate non resolto a respecto da funcionalidade e potencialidades que se abren para a especialización (en temas e habilidades técnicas) na medida en que aporte valor engadido ao produto e na medida en que sexa funcional para a estratexia de cada medio en concreto.

En todo caso, a evolución do mercado laboral dos e das xornalistas virá claramente influenciada, para algúns entrevistados, pola emerxencia do que consideran un novo paradigma. Un novo xeito de entender a comunicación como un proceso inherente á construción de identidades sociais e corporativas, e como unha transformación dos soportes tradicionais en resposta á evolución tecnolóxica e ás demandas asociadas á mesma.

Neste marco, os e as xornalistas perderían centralidade como axentes de intermediación entre a noticia e a sociedade, ao tempo que afrontarían o reto de situarse como referencia na xestión integral do feito comunicativo; na construción de imaxes, mensaxes e discursos imbricados nunha perspectiva estratéxica e global.