

# Periodistas del medio radiofónico en Barcelona: tendencias, formación y situación laboral

Bartzelonako irratiko kazetariak: joerak, heziketa eta lan-egoera

Radio journalists in Barcelona: trends, training and employment situation

Javier Sierra Sánchez<sup>1</sup>

zer

Vol. 17 - Núm. 32  
ISSN: 1137-1102  
pp. 73-87  
2012

*Recibido el 25 de junio de 2010, aceptado el 6 de diciembre de 2011.*

## Resumen

Este artículo muestra los frutos de una investigación realizada en 2010. Indica los resultados de un total de 87 cuestionarios a periodistas que representan a un total de 14 emisoras de radio de la ciudad de Barcelona y su área metropolitana. Resume las condiciones actuales de trabajo y las rutinas de los profesionales de la radio. Del mismo modo, ofrece detalles sobre el nivel de formación, los salarios, el uso de idiomas, competencias y habilidades profesionales.

**Palabras clave:** Radio, periodista, competencia, perfil profesional, formación.

## Laburpena

Artikulu honek 2010. urtean egindako ikerketa baten emaitzak jasotzen ditu, Bartzelona eta inguruko 14 irratik katetako kazetariei bidalitako 87 galdetegiaren bitartez. Irratiko profesionalen egungo lan baldintzak eta errutinak aztertzen ditu. Era berean, prestakuntza maila, soldatak, hizkuntza-erabilera, lanbide-gaitasunei buruzko xehetasunak eskeintzen ditu.

**Gako-hitzak:** irratia, kazetaria, gaitasuna, lanbide-profila, prestakuntza.

## Abstract

This article shows the results of an innovative research conducted in 2010. It shows the outcome of a total of 87 questionnaires to journalists who represent a total of 14 radio stations from the city of Barcelona and its metropolitan area. It summarizes the current working conditions and routines of professionals of radio. As well, it shows the little details about the education, salaries, use of languages, skills and abilities of professionals.

**Keywords:** Radio, journalist, competence, professional profile, training.

---

<sup>1</sup> Universitat Abat Oliba CEU, jsieras@uao.es

## 0. Introducción

Antes de comenzar a desarrollar este artículo, es necesario explicar la interpretación conceptual que hacemos del término *periodista*<sup>2</sup>. Las acepciones de la Real Academia Española (RAE) muestran carencias de fondo sobre las funciones y tareas que cumplen estos profesionales con las transformaciones profundas que ha sufrido el Periodismo del siglo XXI. Entre ellas, la globalización, la integración tecnológica de medios, la digitalización y la fuerte competencia en el mercado laboral de la comunicación. Estos factores han provocado que el profesional del periodismo se reinterpretase a sí mismo para sobrevivir en un nuevo escenario. De esta forma, podemos afirmar que dos son las características que se postulan como esenciales en los profesionales del periodismo actual: la versatilidad de las funciones y la polivalencia para trabajar en diferentes medios y con nuevas tecnologías. Podríamos definir al periodista como un comunicador profesional que puede desarrollar su actividad informativa o comunicativa en cualquier tipo de medio y/o soporte audiovisual.

Para enfocar el presente estudio partíamos de investigaciones anteriores realizadas por otros autores que han analizado este mismo objeto de estudio en otras dimensiones y otras Comunidades Autónomas: Amurrio Vélez & Martín Sabarís (2003) y (2007); Bezunartea, Cantalapiedra, Coca (2000); Canel, Rodríguez Andrés & Sánchez Andrada (2000); Humanes (1998); Peñafiel [et al] (2005:66); Ortiz Sobrino (2007) y Sierra & Cabezuelo (2009). Con estos estudios empíricos, los mencionados autores querían conocer determinados aspectos del profesional del periodismo, como el perfil sociodemográfico, laboral y formativo de los periodistas de la radio y la televisión.

En Catalunya<sup>3</sup> tan solo habíamos encontrado un trabajo realizado en 2004 en el que se analizaron la distribución de los periodistas catalanes por cada medio (radio, televisión y prensa escrita).

**Tabla 1:** Distribución de los periodistas catalanes por soporte

	1992	1996	2000	2004
<b>Televisión</b>	9,2%	17,7%	14,0%	11,5%
<b>Radio</b>		12,0%	13,7%	17,9%
<b>Prensa diaria</b>	23,6%	27,7%	31,1%	27,2%
<b>Prensa de otra periodicidad</b>			7,3%	8,8%
<b>Prensa especializada</b>			3,2%	6,4%
<b>Prensa digital</b>				1,9%
<b>Gabinetes de prensa</b>	6,6%	10,7%	4,5%	12,0%
<b>Agencias de información</b>			2,8%	2,4%
<b>Docencia</b>		3,5%	2,0%	4,0%
<b>Otros relacionados con comunicación</b>	9,2%			
<b>Otros no relacionados con comunicación</b>				3,5%
<b>Varios</b>		14,2%		0,8%
<b>Ns/Nc</b>			7,2%	

<sup>2</sup> La RAE muestra dos acepciones del término: a) define al periodista como la persona que compone, escribe o edita en un periódico, y b) como persona que, preferiblemente, prepara o presenta las noticias en un periódico o en otro medio de difusión.

<sup>3</sup> Libre blanc de la professió periodística a Catalunya, CPC, 2004.

Llama la atención que el medio radiofónico acoge al 17,9 % de los periodistas que trabajan en Catalunya, por encima del medio televisión, con un 11,5 %, y tan solo por debajo de la prensa diaria, con un 27,2 %. A partir de este dato, comenzamos nuestra investigación en torno a los profesionales que trabajan en el medio radiofónico en Barcelona. La investigación que presentamos es más modesta en cuanto a la zona geográfica objeto de estudio (analizamos una ciudad y no una Comunidad Autónoma) y en cuanto a la muestra empleada, pero muy ambiciosa desde el punto de vista metodológico y con un gran rigor empírico.

## **2. Objetivos de la investigación.**

Toda investigación que pretenda ser descrita como científica debe tener un objetivo claro y compartido por todo trabajo de este tipo: avanzar en el camino del conocimiento, iluminar con la luz de la ciencia una parte de la realidad que permanece oculta. A través de la plasmación de los objetivos determinamos qué aspectos concretos queremos estudiar y qué metas perseguimos con ello. En consecuencia, se exponen los objetivos concretos de este trabajo:

1. Conocer hasta qué punto los periodistas que desarrollan su actividad en el medio radiofónico y en una región tan influenciada desde el punto de vista político se encuentran posicionados ideológicamente.
2. Analizar el grado de formación académica que poseen los profesionales de la radio que ejercen su actividad en Barcelona.
3. Explorar las competencias lingüísticas que poseen los periodistas.
4. Estudiar la situación laboral de los profesionales que trabajan en el medio radiofónico en cuanto a: vía de acceso al medio, relación contractual, horas de trabajo/día y retribución económica mensual por la labor que desarrollan.

## **3. Metodología.**

Sierra Bravo (1986:22) define el método de investigación como “una forma de actuación que se orienta a ampliar el conocimiento de una realidad que nos rodea”. En este caso, la realidad de la profesión de los periodistas del medio radiofónico de Barcelona. De entre las diversas técnicas para la obtención de resultados, hemos considerado que la más idónea es la encuesta.

Vinuesa (2005:177) indica que la técnica de las encuestas es muy apta para la recogida de información en los estudios de Comunicación. Constituye una de las técnicas de investigación más conocidas y empleadas. Consiste en plantear preguntas a una población (muestra) y recoger respuestas. En cuanto al fin y la utilidad de las

encuestas, Vinuesa señala que es un procedimiento que permite captar la opinión de una sociedad o de un grupo social para determinar el sentido y la intencionalidad de las corrientes de opinión mayoritarias. Para conocer la realidad objeto de estudio de esta investigación y poder alcanzar los objetivos planteados inicialmente, diseñamos un cuestionario para extraer datos que nos permitiesen obtener conclusiones sobre la realidad de los profesionales de la radio.

El cuestionario se diseñó atendiendo a tres aspectos fundamentales:

- Según la información facilitada: tres preguntas filtro y doce preguntas de contenido.
- Según el formato de respuesta: dos abiertas, tres semicerradas y siete cerradas (de las cuales, cuatro son multicotómicas y tres, multirrespuesta).
- Según la escala de medición empleada: hemos utilizado una escala de Likert<sup>4</sup>.

**Tabla 2:** Datos del estudio

<b>Enfoque de la investigación</b>	Empírica, exploratoria y descriptivo-analítica
<b>Método</b>	Cuantitativo (cuestionario)
<b>Población</b>	Periodistas del medio radiofónico de Barcelona
<b>Universo</b>	Finito 900 aprox.
<b>Método de muestreo</b>	Muestreo por cuotas y de conveniencia
<b>Fecha del trabajo de campo</b>	Enero de 2010
<b>Tipos de emisoras de radio</b>	Emisoras públicas, comerciales, comunitarias e incluso piratas

A continuación, ofrecemos el listado de emisoras<sup>5</sup> que emiten para el área metropolitana de Barcelona.

<sup>4</sup> Generaliza las categorías detalladas tratando de medir globalmente la actitud ante un objeto. Se establecen proposiciones sobre el objeto de estudio y se valoran en escalas variables (de uno a cinco o de uno a siete o de uno a diez). A cada respuesta se le asigna un valor numérico y todas las respuestas de la persona entrevistada se suman para dar lugar a una puntuación final de cada sujeto.

<sup>5</sup> Elaborado a partir de <http://www.guiadelaradio.com/P/barcelona.html> (visitada 12/12/2009)

**Tabla 3:** Emisoras que emiten en Barcelona capital

<b>Emisoras de Radio</b>	<b>Dial</b>	<b>Emisoras de Radio</b>	<b>Dial</b>
Aula Ràdio	91.6	Radio Algarabia	89.4
Cadena Cien Barcelona	100	Radio Barcelona	666 AM
Cadena Dial Barcelona	99.4	Radio Barcelona 2	96.9
Catalunya Radio		Ràdio Besós	91.6
COM Ràdio	882 AM	Radio Bona Nova	107.1
Contrabanda/	91.4	Radio Bronka	99
COPE Barcelona	102	Radio Carmel	90.1
Flaix FM	105.7	Radio Escola Sedeta	91.6
Freqüència Barcelona	91	Radio Estel	93.7
Hit Radio	94.9	Radio Flaixbac	106.1
40 Principales Barcelona	93.9	Radio France Internationale	105.3
M 80 Radio	90.5	Radio Gladys Palmera	96.6
Máxima FM	104.2	Ràdio Gràcia	107.7
Onda Barcelona	103.5	Ràdio Intereconomía	98.2
Ona Música Barcelona	96	Radio Marca	89.1
Onda Cero	540 AM	Radio Nou Barris	98.4
Cadena SER		Radio Pica	96.6
Onda Paz	93.2	Radio Salut - Europa FM	89.1
RAC 1	87.7	Radio Trinitat Vella	91.6
RA C 105	105	Radio Unión Catalunya	88.
RKM	97.2	Sants 3 Ràdio	103.2

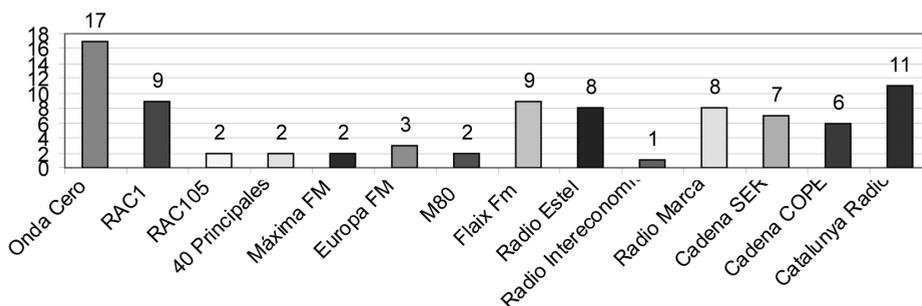
De partida, teníamos que hacer frente a dos dificultades que presenta este tipo de estudios de carácter empírico: el recelo de los departamentos de Recursos Humanos (RR.HH.) y directivos de la emisora, que sienten cierto temor ante las respuestas que puedan ofrecer sus empleados hacia el exterior; y la falta de sintonía entre el mundo universitario y profesional en investigaciones de tipo aplicado, que se ve refrendado por la baja (aunque representativa) participación. Estos factores nos condicionaron a la hora de seleccionar la muestra, no pudiendo hacer distinciones entre emisoras públicas, comerciales, comunitarias e incluso piratas (aun a sabiendas de que poseen planteamientos organizativos y laborales muy diferentes) puesto que al dividir las variables habríamos perdido representatividad y los datos no hubieran podido ser extrapolados.

Configuramos una base de datos con las emisoras y periodistas que trabajaban en cada una de ellas. En algunos casos enviamos directamente el cuestionario<sup>6</sup> a los periodistas, y en otros casos (por petición expresa de las emisoras), se enviaron al director del Departamento de RR.HH. de la cadena, que, a su vez, se

<sup>6</sup> Ficha técnica de la encuesta: Nivel de confianza, 95%; intervalo de confianza, 10; población/universo finito, 900 aprox.; muestra necesaria, 87.

comprometió a pasarlo a sus empleados por el canal de comunicación interna establecido. Catorce cadenas de radio estuvieron dispuestas a colaborar con la investigación. En el estudio se trató de buscar una equidad de participación por género. De esta manera, participaron en un 51% hombres y en un 49% mujeres. Un total de ochenta y siete personas formaron parte de la muestra de estudio. En el siguiente gráfico, mostramos la distribución de participación por cada una de las catorce cadenas de radio participantes.

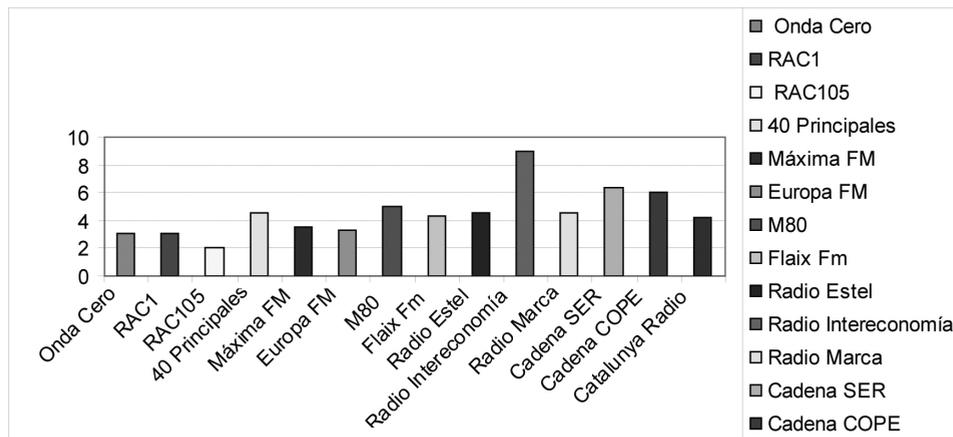
**Gráfico 1:** Número de periodistas/medio que participaron como muestra de estudio



#### 4. Descripción y análisis de los resultados obtenidos.

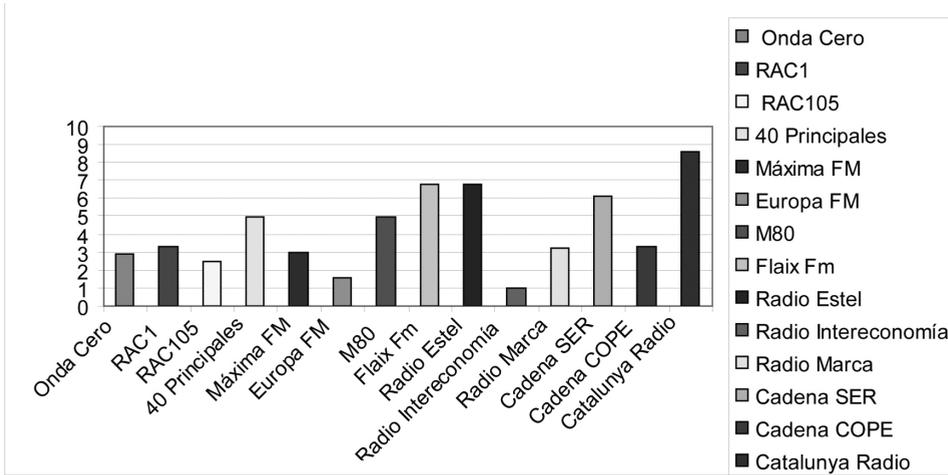
En cuanto a la percepción del posicionamiento político (izquierda o derecha) de los periodistas que trabajan en cada una de las emisoras, podríamos afirmar que la mayoría de ellos adopta una posición neutral. Quizás, ligeramente, existe una tendencia hacia el pensamiento político de izquierda en los periodistas que trabajan en las emisoras de: Onda Cero, RAC 1 y RAC 105. Son los periodistas de Radio Intereconomía los que se posicionan más hacia la derecha.

**Gráfico 2:** Posicionamiento político (izquierda/derecha)



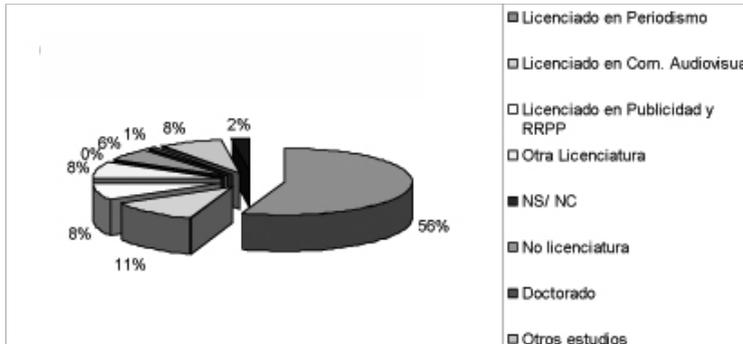
A la hora de interpelarles sobre el posicionamiento ideológico con respecto al nacionalismo catalán, obtenemos una mayor dispersión de respuestas y tendencias mucho más pronunciadas. Los periodistas que trabajan en Catalunya Radio, Radio Estel y Flaix FM muestran un mayor acercamiento al pensamiento nacionalista catalán. Por el contrario, los periodistas que trabajan en las emisoras de Europa FM y Radio Intereconomía se muestran contrarios al sentimiento y valores del nacionalismo.

**Gráfico 3:** Posicionamiento ideológico con respecto al nacionalismo catalán



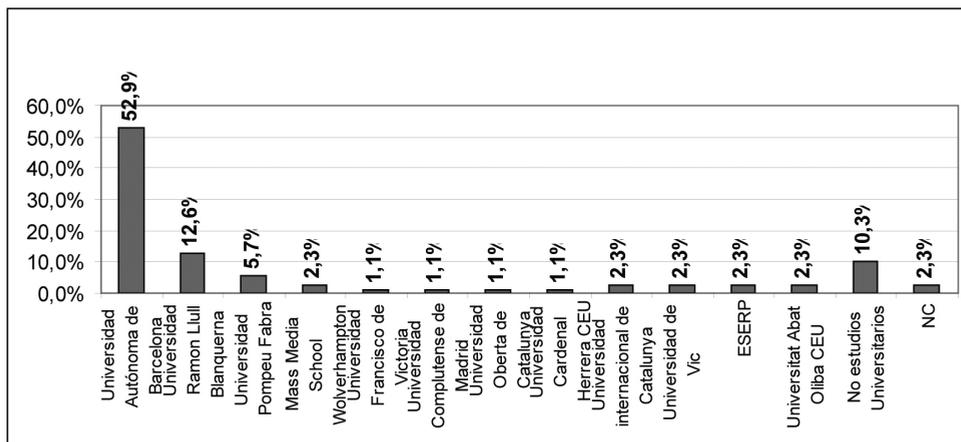
En lo que respecta al grado de formación de los periodistas que trabajan en el medio radiofónico en Barcelona, observamos una buena formación académica. Así, el 75% de los periodistas posee una Licenciatura de Ciencias de la Comunicación (el 56% son licenciados en Periodismo, el 11% en Comunicación Audiovisual y un 8% en Publicidad y Relaciones Públicas). Incluso uno de ellos es doctor en Ciencias de la Información. Tan solo el 6% de los encuestados no posee titulación universitaria, de lo que entendemos que se derivan dos hechos: una mayor cualificación académico-profesional y la disminución progresiva del intrusismo laboral.

**Gráfico 4:** Grado de formación académica de los periodistas radiofónicos en Barcelona



Las universidades que abastecen de profesionales al medio radiofónico son, mayoritariamente, universidades afincadas en Catalunya: Universitat Autònoma de Barcelona (52,9%), Universitat Ramon Llull (12,6%), Universitat Pompeu Fabra (5,7%), Universitat Abat Oliba CEU (2,3%), Universitat Internacional de Catalunya (2,3%) y, por último, la Universitat Oberta de Catalunya (2,3%). Estas cifras son comprensibles por dos motivos, fundamentalmente: por la proximidad geográfica de las universidades con respecto al lugar en el que se ubica la emisora (Barcelona) y por la competencia lingüística del catalán.

**Gráfico 5:** Universidad en la que se formaron



Una de las competencias básicas de los periodistas se refiere al correcto uso de la expresión oral y escrita en las lenguas propias del país así como en otras lenguas extranjeras. De este modo, extraemos del Libro Blanco de ANECA (2005: 192-215) aquellas competencias que los expertos han considerado como esenciales y que tienen que ver, de forma directa o indirecta, con la competencia lingüística:

- Conocimiento del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias y del inglés como forma de expresión profesional en los medios de comunicación (competencia disciplinar).
- Conocimiento de otras lenguas extranjeras (en particular las de mayor difusión internacional) para poder analizar hechos y temas generales que habitualmente se abordan en los medios de comunicación internacionales (competencia disciplinar).
- Conocimiento de la realidad sociocomunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial (competencia disciplinar).
- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación (competencia profesional).

- Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario (competencia profesional).
- Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o audiovisual, en inglés estándar (competencia profesional).
- Capacidad básica de comunicación en otras lenguas extranjeras próximas, tales como el francés, el portugués y el italiano (competencia profesional).
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad (competencia profesional).
- Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y comunicación (competencia académica).

A este respecto, pulsamos la competencia lingüística de los periodistas que trabajan en el medio radiofónico en la Ciudad Condal. Los datos obtenidos muestran una gran preparación en el manejo de las lenguas propias y extranjeras. Las lenguas que mejor dominan son el español y el catalán (8,87 de puntuación media sobre 10) y muy de cerca el inglés (6,33 de puntuación media sobre 10). Resultados más discretos han obtenido en otros idiomas, como el francés y el italiano, donde sus puntuaciones medias han sido 3,93 y 1,6 sobre 10, respectivamente.

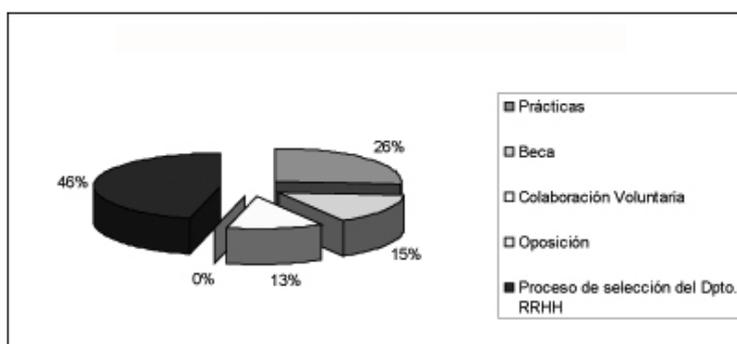
**Tabla 4:** Competencia lingüística de los periodistas radiofónicos en Barcelona

Emisoras	Inglés	Francés	Italiano	Catalán
Onda Cero	7,6	2,1	2	8,9
RAC1	5,5	2,4	4,2	8,6
RAC105	6	6	0	8
40 Principales	6,5	2	2	8,5
Máxima FM	6	2,5	0	8,5
Europa FM	7	2,3	1,3	8,6
M80	8	5	0	8,5
Flaix Fm	6,4	4,1	0,25	9,3
Radio Estel	5,25	3,5	1,3	8,8
Radio Intereconomía	8	10	2	10
Radio Marca	5,75	2,75	4,1	9,25
Cadena SER	5	5,1	0,5	8,8
Cadena COPE	4,7	3,5	2,8	9
Catalunya Radio	7	3,8	2	9,5
<b>Puntuaciones medias</b>	<b>6,33</b>	<b>3,93</b>	<b>1,6</b>	<b>8,87</b>

Veamos ahora cuál es la situación laboral en cuanto a: forma de acceso a la empresa en la que están trabajando actualmente, calidad del contrato que tienen firmado, experiencia en el medio específico (radio) y, por último, la retribución salarial.

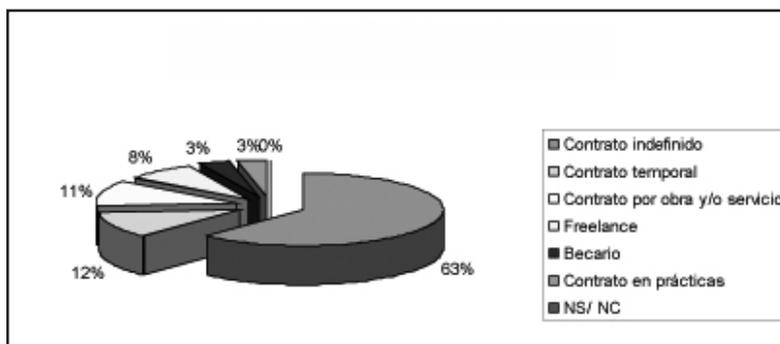
En cuanto al primer ítem, apreciamos que la mayoría de ellos ha accedido al empleo en el que están trabajando actualmente por la vía del proceso de selección de RR.HH. (46%). La segunda vía de acceso sería a través de las prácticas (36%) que realiza el periodista durante su periodo de formación universitaria. El 15% afirma que la vía de acceso para entrar en la empresa radiofónica fue a través de una beca de colaboración. Por último, en un 13% de los casos, las colaboraciones voluntarias en algún programa o espacio radiofónico han sido la oportunidad para que el individuo demostrara las competencias profesionales que se requieren para trabajar en el medio radiofónico.

**Gráfico 6:** Posibles vías de acceso para acceder al medio radiofónico



En cuanto al tipo de contrato que poseen actualmente en la empresa que trabajan, nos alegra conocer que la relación contractual de los trabajadores es saludable por dos motivos: el alto índice de contratos indefinidos (63% sobre el total) y por la duración (antigüedad) de los mismos. Los porcentajes de contratos “precarios” son bajos: el 12% de los casos tiene un contrato temporal; el 11%, un contrato por obra o servicio; el 8% son colaboradores que facturan a la empresa; el 3% tiene un contrato en prácticas y el 3% son becarios que reciben una gratificación económica simbólica al mes por el trabajo desempeñado.

**Gráfico 7:** Relación contractual de los periodistas con las empresas en las que trabajan



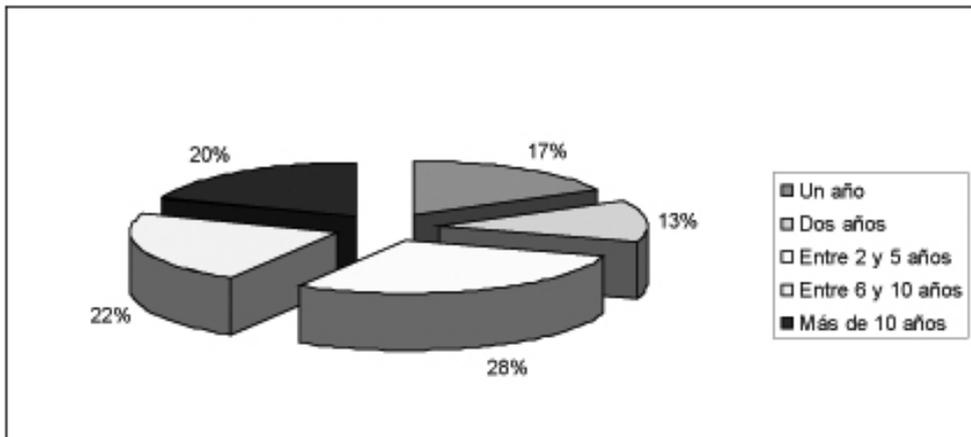
Si comparamos este ítem con los datos del *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya* (2004), salvaguardando la muestra objeto de estudio, vemos que obtenemos resultados similares, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

**Tabla 5:** Tipo de relación contractual con la empresa de los periodistas en Cataluña

	1992	1996	2000	2004
Indefinido	43,2 %	53,0%	58,4%	67,5%
Temporal	17,9%	12,3%	8,7%	4,7%
En prácticas	1,0%		1,8%	0,6%
Sin contrato	5,1%	2,7%	2,3%	2,8%
Freelance			9,8%	6,4%
Autónomos			5,7%	7,5%
Otros	9,4%		3,3%	6,1%
Ns/Nc			7,2%	4,4%

Teniendo en cuenta la coyuntura económica mundial que estamos viviendo, vemos de nuevo en este ítem cómo los contratos de los trabajos de los periodistas radiofónicos gozan de buena salud en cuanto a la continuidad y permanencia de los mismos. De este modo, en este estudio se demuestra perfectamente esta afirmación. El 20% de los casos analizados lleva más de 10 años trabajando en el medio radiofónico en el que está trabajando actualmente; el 22% de los casos, entre 6 y 10 años, y el 28% de ellos entre 2 y 5 años. Tan sólo el 17% y el 13% de los periodistas encuestados tienen una antigüedad en la empresa menor de uno y dos años, respectivamente.

**Gráfico 8:** Antigüedad en la empresa

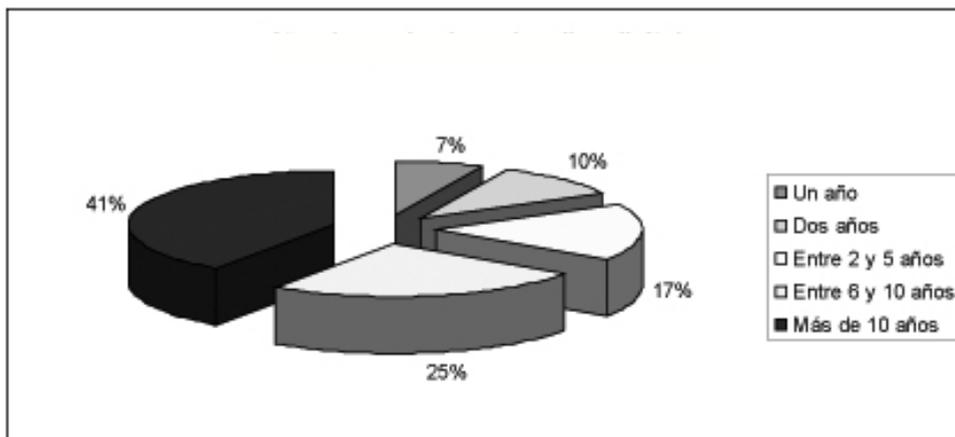


Otro de los aspectos que queríamos analizar era el tiempo de experiencia que cada uno de ellos tiene en el medio radiofónico, independientemente de la antigüedad que tuviera en el medio en el que trabaja actualmente. El 66% de los periodistas radio-

fónicos atesora más de seis años de experiencia; el 41% más de diez años y el 25% entre seis y diez años.

Los resultados nos permiten aseverar que los periodistas radiofónicos que trabajan en las cadenas de radio en Barcelona tienen una gran trayectoria profesional, lo que redundará en una mayor experiencia en el conocimiento del lenguaje, la narrativa y realización radiofónica.

**Gráfico 9:** Años de experiencia en el medio radiofónico



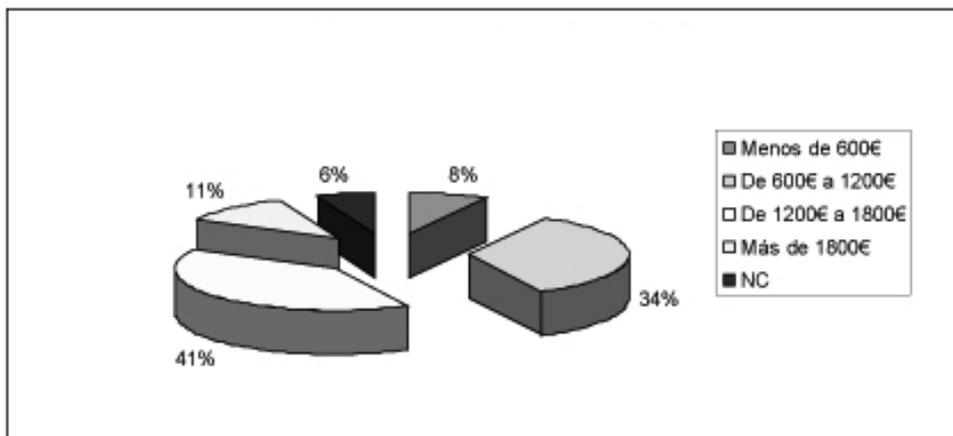
Uno de los indicadores que nos sirven para medir la calidad de vida en el trabajo es conocer el número de horas que el trabajador pasa en la radio. Para conocer este ítem, también hemos preguntado a los periodistas radiofónicos de Barcelona. Observamos en el gráfico que el 47% trabaja ocho horas diarias, que son las horas que establece el Estatuto de los Trabajadores.

**Gráfico 10:** Horas de trabajo al día



La última variable que medimos es la que hace referencia a la retribución al mes que reciben por la profesión de periodista radiofónico. Establecimos cuatro apartados que indican diferentes ratios económicos. Los datos obtenidos nos permiten afirmar que estos profesionales están adecuadamente retribuidos, cumpliendo en la mayoría de los casos lo que estipula el Convenio. Así, el 41% de ellos están en el ratio de 1.200 € a 1.800 €/mes; por otro lado, un 11% ganan más de 1.800 €/mes. Tan solo un 8% cobra menos de 600 € al mes.

**Gráfico 11:** Ingresos mensuales



## 5. Conclusiones

Del análisis y de la interpretación de los resultados, se derivan las siguientes conclusiones:

1. Los periodistas que trabajan en el medio radiofónico en Barcelona poseen una sólida formación. Así, el 94% de la muestra posee titulación universitaria, de los cuales el 75% son licenciados en Ciencias de la Información. Tan solo un 6% de los encuestados no posee titulación universitaria.
2. Los periodistas que están trabajando actualmente en las cadenas de radio de Barcelona se han formado, en su mayoría, en universidades catalanas. Es la Universidad Autónoma de Barcelona la que más egresados ha aportado hasta el momento al medio radiofónico en la Ciudad Condal.
3. Los periodistas que trabajan en el medio radiofónico en Barcelona tienen una gran competencia lingüística del español, el catalán y, en menor medida, de la lengua inglesa.

4. Para empezar a trabajar como periodistas en el medio radiofónico en Barcelona, se recomienda a los estudiantes de Ciencias de la Información que realicen prácticas en los últimos cursos del Grado; puesto que apreciamos que ésta puede ser una buena vía de acceso al primer empleo.
5. La situación contractual de los periodistas que trabajan en las cadenas de radio en Barcelona goza de buena salud; pues la mayoría de los encuestados (un 63%) poseen un contrato indefinido.
6. La media de horas de trabajo diaria se sitúa en unas 8 horas, aproximadamente, y por lo que están viniendo a percibir unos emolumentos de entre 1.200 y 1.800 euros.

## Referencias bibliográficas

- ANECA (2005). *Libro blanco de los títulos de grado en comunicación*. Agencia Nacional de Evaluación, de la Calidad y Acreditación.
- APM (2009). *Informe Anual de la profesión periodística 2009*. Edita: Asociación de la Prensa de Madrid. Madrid.
- CANTALAPIEDRA, M. J.; BEZUNARTEA, O; COCA, C. (2000). “La situación profesional y laboral de los periodistas vascos”. **En:** *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº 9, págs. 335-355.
- CANEL, M. J.; RODRÍGUEZ ANDRÉS, R.; SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2000). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid, CIS.
- CEBRIAN HERREROS, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Gedisa, Barcelona.
- HUMANES, M. L. (1998) “La profesión periodística en España”. **En:** *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº 4, págs. 265-278.
- LLIBRE BLANC (2004). *De la professió periodística a Catalunya. Col·legi de Periodistes de Catalunya*. Universitat Autònoma de Barcelona & Generalitat de Catalunya.
- LÓPEZ VIDALES, N. y PEÑAFIEL SAIZ, C. (2000). *La tecnología en radio. Principios básicos, desarrollo y revolución digital*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU), Bilbao.
- MARTÍN SABARÍS, R. M. (2003). “Periodistas, noticias y audiencia en radio y televisión. Percepciones de los periodistas vascos”. **En:** *Inguruak*, nº 35, abril, págs. 221-231.
- MARTÍN SABARÍS, R. M., AMURRIO VÉLEZ, M. (2003). “¿Para qué sirven los periodistas? Percepciones de los y las periodistas de la radio y televisión de la CAPV”. **En:** *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº14, mayo, págs 11-27.

- MARTÍN SABARÍS, R. M., AMURRIO VÉLEZ, M (2007). “Periodistas del medio audiovisual: formación y situación laboral”. **En:** PEÑAFIEL SAIZ, C. (2007). *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. España. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU), Bilbao.
- MERAYO PÉREZ, P. Periodistas para el siglo de la información: claves para formar a los nuevos comunicadores. **En:** [http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=merayo-arturo-formacion-periodistas-XXI.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=merayo-arturo-formacion-periodistas-XXI.html) [consultado 10/06/2010]
- ORTÍZ SOBRINO, M. A. (2007). “El profesional de la radio en la nueva era digital”. **En:** PEÑAFIEL SAIZ, C. (2007). *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. España. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU), Bilbao.
- PEÑAFIEL SAIZ, C. CASADO DEL RÍO, M. A., FERNÁNDEZ, L. (2005). “La radiodifusión en la Comunidad Autónoma Vasca: un modelo de concentración”. **En:** *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº. 18, pág.66.
- SÁIZ OLMO, J. (2005). *Periodismo de Radio: de los estudios al ciberespacio*. Universidad Cardenal Herrera-CEU, Valencia.
- SIERRA BRAVO, R. (1992). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Metodología general de su elaboración y documentación*. Ed. Paraninfo. Madrid.
- SIERRA SÁNCHEZ, J., CABEZUELO LORENZO, F. (2009). “La formación en competencias del futuro periodista digital en Aragón: el caso de la Universidad San Jorge”. **En:** SABÉS TURMO, F.; VERÓN LASSA, J. J. (2009). *Retos del Periodismo Digital. Reflexiones desde la Universidad* (Coords). Edita: Asociación de la Prensa de Aragón.
- VINUESA TEJERO, M. L. (2005). “La encuesta. Observación extensiva de la realidad social”. **En:** BERGANZA CONDE, M. R. & RUIZ SAN ROMÁN, J. A. [Coords.] (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. McGraw Hill. Madrid