

Nota del Editor. Con este trabajo, el GMJ-M inicia una nueva sección dedicada a reproducir reportes de investigación que ofrezcan a nuestros lectores información y reflexiones detalladas sobre proyectos específicos relevantes en el campo de la investigación de la comunicación. La idea es contar con trabajos mucho más largos que los artículos regulares, que permitan ahondar en el conocimiento de la metodología y las decisiones conceptuales y prácticas que tomaron los responsables.

91

Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México: Reporte de Investigación¹

Dra. Mireya Márquez-Ramírez
Universidad Iberoamericana Ciudad de México
mireya.marquez@ibero.mx

Dra. Sallie Hughes
Universidad de Miami
sallie.hughes@miami

¹ Las autoras agradecen el apoyo y asesoría del periodista Marco Lara Klahr, investigador asociado del estudio, así como a las instituciones que otorgaron recursos financieros, materiales y logísticos para la realización de la investigación: Universidad de Miami, el Comité Central del Worlds of Journalism Study en la Universidad de Múnich, y la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Agradecemos también el esfuerzo, dedicación y contribución de los asistentes y equipo de investigación y finalmente, externamos nuestra más profunda gratitud a los periodistas y medios que participaron de la encuesta y apoyaron el estudio.

Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México

Autoras

Mireya Márquez-Ramírez
Sallie L. Hughes

Investigador Asociado y consultor:

Marco Lara Klahr

Asistentes de Investigación titulares:

Lucano Romero, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
Melissa Gonzáles, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
José Luis Lemini, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
Karla Guadarrama, Universidad Iberoamericana Ciudad de México

Asistentes de investigación temporales:

Maricela Paz, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
Valeria León, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
Shantal Vázquez, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
Cinthia Solares, Universidad Iberoamericana Ciudad de México
Martha Rivera, Universidad Iberoamericana Ciudad de México

Estudio financiado por:

University of Miami
Worlds of Journalism Study, Universidad de Múnich

Cómo citar este reporte:

Márquez Ramírez, Mireya y Sallie Hughes (2016) Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México, Ciudad de México: XXX, versión en línea

Introducción

La misión del periodismo en la construcción de una sociedad democrática depende del cumplimiento de condiciones favorables para su ejercicio tanto en el terreno laboral, como en el profesional y particularmente en el sociopolítico. Si bien históricamente el periodismo mexicano ha enfrentado condiciones adversas de instrumentalización política, cooptación, censura y libertad de expresión restringida, son innumerables los episodios en los que diversos medios y periodistas han desvelado la injusticia, la ineficiencia o la corrupción, llamado a cuentas a los poderosos, documentado la violación sistemática de los derechos humanos, o acompañado a las víctimas de diversas formas de violencia. Al tiempo, desde otros lugares del debate, se han cuestionado las relaciones de complicidad y connivencia con el poder, los estándares éticos, las afiliaciones políticas, los estándares profesionales y el compromiso social de muchos otros periodistas y medios.

En todo caso, sabemos poco sobre cómo los periodistas —actores clave del proceso de construcción democrática y del registro diario de la realidad— asumen y piensan su función social y perciben su realidad laboral, profesional y política. Analizar sus valores profesionales, sus perspectivas éticas, los niveles de autonomía y libertad de los que gozan para realizar su trabajo, así como los obstáculos que enfrentan, o las influencias que condicionan su trabajo, por tanto, se vuelve una tarea fundamental para entender y discutir el rumbo que toma y debe tomar el periodismo en México.

Alrededor del mundo, existe un creciente interés sobre cómo las presiones comerciales, económicas y políticas, así como los cambios tecnológicos están modificando tanto las percepciones que tienen los periodistas sobre su labor como los factores que influyen en su trabajo y los cambios —no siempre positivos— que ha experimentado la ocupación periodística. En México, en cambio, son comparativamente menos los estudios académicos respecto de los universos profesionales y ambientes laborales de los periodistas, debido a que las investigaciones han estado mayoritariamente circunscritos ya sea a la exploración del contenido vía análisis de coberturas, encuadres y agendas respecto de temas específicos, o bien a los ambientes en los que se han desarrollado ciertos periodismos, haciendo énfasis, por ejemplo, en temas como

relaciones prensa-poder, agresiones contra periodistas, o precarización de la libertad de expresión.

Sin embargo, los estudios basados en encuestas representativa que permitan la comparabilidad sistemática, aún no ha despegado de la misma forma que en otros países. De hecho, las encuestas a periodistas han sido un instrumento poco explorado no solamente por la escasez de recursos económicos y humanos para llevar a cabo investigaciones de esta índole, sino principalmente por la carencia de censos y bases de datos confiables que den cuenta del número de medios informativos y de periodistas que hay ejerciendo su labor en el país. A estos factores se agregan la proliferación de perfiles laborales en la era digital que no necesariamente se identifican como periodistas; la volatilidad de muchos medios impresos y emergentes —como los medios digitales— y a la frecuente movilidad que tienen los periodistas en puestos y lugares de trabajo.

Los pocos estudios cuantitativos sobre los perfiles laborales, profesionales y demográficos de los periodistas en México han sido, por tanto, escasos y fragmentados. Por ejemplo, una encuesta a principios de los años ochenta del siglo pasado, daba cuenta de la precariedad generalizada entre periodistas de medios ubicados en la capital del país: bajos salarios, dependencia de fuentes oficiales, aceptación cultural del soborno gremial coloquialmente llamado “embute o chayote” y bajo nivel de profesionalización (Baldivia et al, 1981). Más de una década después, habiéndose popularizado los estudios internacionales comparados que buscaban dar cuenta de la realidad de México, se aplicaron instrumentos que buscaban explorar la concepción de los roles profesionales de periodistas, sus posicionamientos sobre ciertos dilemas éticos, y otros asuntos referentes a sus perspectivas laborales y profesionales (Wilke, 1998). Ya se empezaba a perfilar, para entonces, un periodista con estudios universitarios y mayor apoyo a roles cívicos y democráticos del periodismo. Sin embargo, este último estudio no fue publicado en español y se circunscribió solamente a una muestra de un centenar de periodistas, que no garantizó la representatividad nacional.

Ya entrado el presente siglo, uno de los estudios más sistemáticos que hasta ahora ha explorado los perfiles profesionales y laborales de los periodistas ha sido *Worlds of Journalism*,

un consorcio internacional de investigadores con sede en Múnich, Alemania, que a través de dos etapas: piloto y global, ha realizado una encuesta a periodistas de más de sesenta países para dar cuenta de las diferencias que se presentan en las culturas periodísticas alrededor del mundo respecto de estos elementos clave: a) concepción de roles profesionales; b) percepción de autonomía c) percepción de fuentes de influencia y d) orientaciones éticas. La encuesta respecto de México, llevada a cabo entre 2006 y 2009 con un centenar de periodistas del país por la investigadora María Elena Hernández de la Universidad de Guadalajara, ya para entonces daba cuenta de un panorama complejo y multifacético que revelaba una cultura periodística híbrida en México, una diversidad de roles profesionales a los que se adhieren los periodistas, entre ellos el de vigilante o *perro guardián*, y un escenario complejo de niveles de influencia (Mellado, Lagos, Moreira y Hernández, 2012). Sin embargo, al tratarse de la fase piloto del estudio, no hubo posibilidad de expandir el instrumento para reflejar mejor la realidad nacional y sus contingencias: violencia contra periodistas, otras fuentes de presión; cambios observados. Tampoco para tener una muestra verdaderamente representativa en el país.

Así llegamos al desafiante contexto del presente estudio, caracterizado por más de una década transcurrida desde la coronación de la transición, una ocupación desafiada permanentemente por la digitalización, el cambio tecnológico, los perfiles de las audiencias y los patrones de consumo, y un ambiente plagado de incertidumbre y riesgos para la seguridad y la integridad del periodista. Al tratarse de la etapa expandida y global del estudio *Worlds of Journalism*, esta investigación, por lo tanto, constituye uno de los primeros esfuerzos de explorar estas culturas profesionales y laborales de los periodistas en México, a través de un instrumento que permite su comparación *cross-nacional* con otros países, pero que también ha incorporado baterías de preguntas para reflejar la realidad y especificidad del país. En este estudio damos cuenta de las percepciones que tienen 377 periodistas en activo de todo el país, de cinco tipos de medio: impresos (diarios y no diarios), radiofónicos, televisivos y digitales; que ocupan diversos puestos y cargos en sus redacciones. Se trata de una muestra que representa al sistema de medios en México y a la distribución geográfica de los mismos alrededor del país.

El estudio en sus manos representa un esfuerzo por aportar insumos para el entendimiento de fenómenos complejos que atañen a los periodistas a nivel global –como el impacto del comercialismo, el info-entretenimiento, o la digitalización—pero también para reflejar la realidad local y los desafíos que enfrenta el periodismo en México: los ambientes de riesgo y violencia, las agresiones, la censura, la confianza en ciertas instituciones, y el posicionamiento que reportan respecto a instituciones del Estado. Es el resultado de que en la etapa global del proyecto se haya permitido la suficiente flexibilidad tanto para que los equipos nacionales de los 66 países participantes del estudio apliquen el mismo cuestionario – a fin de poder hacer comparaciones regionales y multi-nacionales—como para incluir los temas importantes y contingentes para cada país.

Creemos, pues, que se trata de un esfuerzo inusitado por delinear el perfil del periodista mexicano y su universo profesional y laboral en la segunda década del siglo XXI, y que creemos, habrá de servir a cuatro sectores: a la comunidad académica interesada en estos temas para aportar al entendimiento de la profesión periodística en México, tanto a partir de los hallazgos aquí presentados como de los desafíos metodológicos que enfrentamos y buscamos resolver, a fin de aportar luz a futuras investigaciones; al gremio periodístico para identificar los aspectos claves de su ocupación y poder hacer frente a sus desafíos; a los tomadores de decisiones para apuntalar políticas públicas para el mejoramiento y protección de la importante misión social del periodismo, y finalmente, al propio público para entender mejor la realidad de los sujetos que deben lidiar entre las demandas de sus medios, su realidad inmediata y su misión social.

El presente reporte da cuenta, desde la perspectiva descriptiva, un panorama general de los resultados estadísticos que se obtuvieron de cada una de las baterías de preguntas incluidas en el estudio. Se divide, por tanto, primeramente, en la presentación metodológica del estudio, que busca detallar las diversas decisiones que se tomaron para garantizar la representatividad y validez científica del estudio con el mayor rigor posible. Luego le sigue cada una de las secciones del cuestionario: características demográficas de los encuestados; percepción de autonomía; percepción de roles profesionales; percepción de fuentes de influencia; percepciones sobre dilemas éticos y relatividad de las normas éticas; percepciones de cambio; amenazas recibidas y medidas de seguridad tomadas y confianza institucional.

I. Diseño metodológico y muestra

1.1 Lineamientos generales del estudio *Worlds of Journalism*

El equipo mexicano diseñó la metodología a partir de los lineamientos generales establecidos por el Comité Central del *World of Journalism Study*, con sede en Múnich, para los 66 países que participaron del estudio global en el periodo 2012-2015. Las dos grandes condicionantes que se establecieron para formar parte del estudio global es que los equipos nacionales aplicaran la versión al idioma local del mismo cuestionario común a todos los países –independientemente de que tuvieran la libertad de agregar preguntas o ítems regionales y locales—y que las muestras de periodistas encuestados para cada país tuvieran tanto representatividad regional como del sistema de medios imperante en cada uno. Por lo tanto, el diseño de la muestra para el caso mexicano se circunscribió a las pautas metodológicas dictadas por el Comité Central del estudio, a fin de garantizar la confiabilidad de los datos de cara a la investigación comparada global y regional. Los lineamientos metodológicos generales del estudio se muestran a continuación. Los procedimientos específicos para el caso mexicano se especifican en apartados posteriores.

- *Selección de medios.* Como “medios informativos” se consideran aquéllos que se dediquen total o parcialmente a producir y diseminar información noticiosa y periodística.
- *Cálculo del número de medios.* Los equipos nacionales debieron calcular un estimado del número de medios y periodistas que existen en su país. En caso de no existir un censo de los mismos, debió ser extraído de fuentes existentes confiables.
- *Estimación de la muestra.* El cálculo de la muestra debió obedecer a los siguientes parámetros: a) distribución regional de los medios informativos, b) estructura del sistema de medios en términos de tipo de medio o de propiedad u otros parámetros relevantes para cada contexto, c) número de periodistas. De no existir una cifra sobre los periodistas, se debía calcular a través de algún método de extrapolación (por ejemplo, extrapolando la

población nacional de los medios noticiosos donde sí se conoce el número de periodistas).

- *Perfil de participantes.* Como periodista se consideró aquél que percibe al menos 50% de su ingreso de trabajo en el periodismo, y que está involucrado en el proceso editorial, ya sea diseño y planeación, redacción, procesamiento, presentación, sistematización o difusión de información periodística y noticiosa. Los fotógrafos son considerados periodistas y los camarógrafos únicamente cuando contribuyen a la toma de decisiones editoriales. Las muestras de cada país debían incluir periodistas de diversos tipos de medios/plataformas: periódicos, revistas, estaciones de televisión, estaciones de radio, medios en línea y agencias de noticias.
- *Cálculo del número de periodistas con base en criterios estadísticos.* A fin de lograr la confiabilidad científica del estudio y observar los más altos estándares de calidad de investigación social cuantitativa, la muestra debía calcularse a partir de un nivel de confianza mínimo de 95 por ciento y a un margen de error de entre 3 y 5 por ciento. El estudio sugirió que para una población de periodistas estimada en 20,000 personas — como es el caso de México— con un margen de error de 5% se debía entrevistar a un número aproximado de 377 periodistas, como fue el caso.
- Para el diseño de la muestra, se recomendó a los equipos nacionales seleccionar primero a los medios aleatoriamente—con base en criterios de representatividad geográfica y de tipo de medio o propiedad— y después a los potenciales participantes dentro de esos medios. Para tal efecto, se recomendó construir una muestra que reflejara el sistema de medios general siguiendo un esquema de cuotas, teniendo como posibles estratos o segmentos la región, el tipo de medio, el tipo de propiedad, etc. para de ahí extraer una muestra aleatoria proporcional a cada estrato.
- Para la selección de los periodistas, se recomendó que cada uno tuviera la misma posibilidad (o diferente de cero) de ser seleccionado dentro de la organización. Asimismo, se debía procurar máxima representatividad y diversidad de puestos y cargos dentro de las redacciones.
- El número de entrevistados por medio debió seguir las siguientes pautas. En las redacciones pequeñas debían encuestarse a un máximo de tres periodistas y en las más grandes a un máximo de cinco. Las consideraciones sobre cuáles redacciones se

consideraban pequeños y cuáles grandes dependieron de cada los contextos nacionales y fueron dejados a criterio de los equipos locales.

1.1.2 Diseño de cuestionario: instrumento global

El estudio requirió la aplicación total de todas las preguntas contenidas en el instrumento, consistente en un cuestionario estructurado o encuesta. El cuestionario se diseñó en idioma inglés, y los equipos nacionales debieron traducir el instrumento y adaptar ciertas frases o ideas a sus contextos locales. La precisión y equivalencia de la traducción se aseguró mediante el proceso conocido como traducción de ida y vuelta o involucrando un equipo multilingüe de investigadores locales. Como regla, se asumió que la traducción funcional tenía prioridad respecto de la traducción literal, para permitir la adaptación de una frase o concepto a los contextos locales. Por tanto, los equipos nacionales debieron utilizar un fraseo que mejor representara tanto el contenido y función de la pregunta original como las convenciones del idioma específico y contexto cultural del que se tratara.

Preguntas

El cuestionario global consistió de 23 preguntas obligatorias con sus respectivos ítems y 12 preguntas opcionales que se aplicaron en todos los países participantes. Adicionalmente, contuvo una batería extra de preguntas propuestas y aplicadas por el equipo mexicano sobre libertad para reportar sobre determinados temas, percepción de cambios institucionales, amenazas y medidas de seguridad, así como ítems extras para las baterías globales sobre percepción de roles profesionales, fuentes de influencia, confianza institucional y ética periodística. Los aspectos que se evaluaron en cada pregunta o batería son los siguientes.

a) Aspectos laborales. La primera serie de preguntas está relacionada a las características del empleo que tiene el periodista: puesto que mejor describe su posición; estatus de empleo (completo, medio tiempo o freelancer), contrato permanente o temporal, número de redacciones y plataformas para las que se trabaja, si tiene otro empleo remunerado además del periodismo, si se pertenece a alguna organización gremial o profesional, si se especializa en un solo sector informativo o varios, y en cuál de ellos, y cuántas notas se producen por semana. Adicionalmente, para el caso mexicano se preguntó a la cobertura de cuántas fuentes

informativas o sectores se les asigna en una semana normal de trabajo. La pregunta C8 es de naturaleza abierta y pide describir, en sus propias palabras, las tres funciones principales del periodismo en su país de origen.

b) Percepciones sobre Autonomía y Libertad. Se trata de baterías con rango de respuesta a escala tipo Likert incremental del uno al cinco, exploran el grado percibido de libertad y autonomía (de ninguna a completa) para seleccionar las historias en las que se trabaja, para decidir el aspecto de la historia en el que se trabaja, y para participar de decisiones y coordinación editoriales. Una batería de preguntas adicionales diseñada por el equipo mexicano se agregó con una escala similar, para puntuar del 5 (completa) al 1 (ninguna) la libertad que se tiene para seleccionar, desarrollar y publicar historias sobre ocho tipos de asuntos o actores, como élites políticas, élites económicas, Fuerzas Armadas, u organizaciones criminales.

c) Roles profesionales. La pregunta C12, de extrema importancia para el estudio global, al tratarse de una dimensión fundacional teórica del concepto de culturas periodísticas, explora la importancia que tienen ciertos roles o funciones en el trabajo del periodista en una escala del 1 (no es importante) al 5 (extremadamente importante). Los roles incluyen cosas como monitorear y escudriñar actores políticos, establecer la agenda pública, o proveer entretenimiento y relajación. Los ítems reflejan los diversos modelos y tradiciones periodísticas que se han teorizado alrededor del mundo. Del total de ítems de esta batería, 18 son obligatorios, 3 opcionales, y 4 más propuestos y aplicados por el equipo mexicano. Estos últimos valoran la importancia que se le da a ayudar a mantener la paz y la estabilidad social, favorecer el desarrollo económico y bienestar de la comunidad, actuar como vigilante de las organizaciones criminales, o ayudar a promover y defender la legalidad y los derechos humanos.

d) Orientaciones éticas y prácticas controversiales. Dos baterías de preguntas obligatorias analizan asuntos relacionados con la ética periodística y prácticas de obtención de noticias relacionadas a ésta. La primera explora qué tan de acuerdo o no en una escala del 1 al 5 se está con cuatro posicionamientos sobre la absoluta o relativa observancia de la ética periodística. La siguiente pregunta analiza bajo qué circunstancias: siempre, nunca o en ocasiones, se justificarían 10 prácticas periodísticas controversiales (como por ejemplo usar cámaras y micrófonos ocultos o hacerse pasar por alguien más) y otras dos opcionales (como

alternación de citas y fotos). El equipo mexicano propuso y aplicó un nuevo ítem a esta batería, concerniente a la utilización de confesiones de personas acusadas de un delito obtenidas mediante prácticas cuestionables.

e) Fuentes de influencia. Se trata de dos de las baterías de ítems más extensas del estudio que exploran, mediante una escala incremental de Likert (5 extremadamente influyente, 1 nada influyente), la percepción que tienen los periodistas encuestados sobre diversas fuentes de influencia (mucho o ninguna). Los ítems miden diversos ítems de influencias organizacionales, ocupacionales, normativas y regulatorias, individuales, económicas, políticas.

g) Percepciones de cambio en la ocupación. La encuesta pregunta los años que se ha trabajado en periodismo, seguido por dos preguntas que miden la percepción de los periodistas sobre la importancia de algunos aspectos del trabajo periodísticos. La primera batería pregunta en qué medida se ha debilitado o fortalecido la influencia de diversos factores normativos, educativos, comerciales, económicos, tecnológicos y laborales en los últimos cinco años. Se trata de doce ítems, en donde tres fueron propuestos y aplicados por el equipo mexicano, tales como: redes sociales, inequidad de género, responsabilidades familiares y ambiente de inseguridad pública. La siguiente batería analiza si el periodista en cuestión percibe un incremento o disminución en diversos aspectos del trabajo periodístico, como libertades editoriales, condiciones de trabajo, impacto de audiencias y redes sociales, etc. Se trata de una batería compuesta originalmente por diez ítems aplicados a nivel global más otros 16 propuestos y aplicados por el equipo mexicano para medir percepciones respecto de incremento o disminución de presiones y agresiones contra periodistas y ambientes hostiles.

h) Medidas de seguridad y amenazas. Esta parte de la encuesta fue propuesta y aplicada por el equipo mexicano para reflejar el impacto de varios tipos de violencia en el trabajo periodístico. La primera pregunta inquiriere si el periodista ha tomado alguna y otra de las once medidas de seguridad propuestas. La segunda pregunta se refiere a si el periodista ha sido amenazado y cuántas veces, y la tercera si el periodista cree que la fuente de la amenaza fue información política, económica o del crimen organizado.

i) Confianza institucional. La siguiente pregunta explora qué tanta confianza tienen los periodistas en diez instituciones o actores, como políticos, gobierno, partidos, policía, militares.

El equipo mexicano agregó además otros tres ítems a esta pregunta para medir la confianza de los periodistas en las organizaciones de derechos humanos, compañeros dentro del medio, y propietario de su medio.

j) Características demográficas. Las siguientes preguntas exploran asuntos como nivel educativo, especialización educativa, religión, importancia de la religión, género, edad, orientación política, etnicidad, y nivel salarial.

Como regla, desde el Comité Central del estudio se estableció que todos los equipos debieron aplicar todas las preguntas obligatorias, pudiendo aplicar también las baterías o ítems opcionales propuestos por los equipos locales, siempre que su aplicación no interviniera con el desarrollo y contenido de las preguntas obligatorias.

1.2 Diseño de la muestra: factores para definir la muestra mexicana

Para diseñar una muestra representativa del sistema de medios confiable y comparable, y a fin de cumplir con los requerimientos de representativa de geográfica y de segmento (tipo de medio) se trabajó en varias etapas. Ante la falta de un censo nacional de medios y de periodistas en México, la primera etapa del estudio supuso el ensamblaje de una base de datos de medios informativos en todo el país que dividimos en cinco tipos de medios y en nueve regiones. Esta base de datos y sus categorizaciones tuvo como antecedente inmediato una versión preliminar que el periodista Marco Lara Klahr, consultor e investigador asociado del proyecto, ha compilado a través de los años para sus diversos proyectos de investigación y capacitación de periodistas, y que el equipo de trabajo mexicano corroboró, editó, revisó, completó y actualizó durante el primer año del estudio (2012).

Los tipos de medios incluidos fueron: diarios, impresos no diarios (semanarios, revistas, etc.), consorcios radiofónicos que tuvieran personal o servicio de noticias, televisoras que contaran con servicio de noticias, y medios digitales. Las nueve regiones en las que dividimos la base de datos y con la que calculamos la muestra de medios fueron Noroeste, Norte, Noreste, Este, Centro-Oeste, Centro-Este, Ciudad de México y Área Metropolitana, Sur y Peninsular. La

división geográfica se realizó a partir de que Marco Lara, el periodista propietario de la base preliminar y consultor del proyecto, y quien es experto en análisis de industrias periodísticas regionales, ha corroborado mediante entrevistas con expertos y periodistas locales que muchas entidades comparten características políticas o culturales en común. Las entidades que comprenden cada región son las siguientes:

- *Noroeste*, conformada por los estados de Baja California, Baja California Sur, Sinaloa, Nayarit y Sonora
- *Norte*, por Chihuahua, Durango, Zacatecas, Coahuila y San Luis Potosí
- *Noreste*, por Nuevo León y Tamaulipas
- *Centro-Oeste*, por Jalisco, Colima, Michoacán, Aguascalientes y Guanajuato
- *Centro Este*, por Querétaro, Estado de México, Morelos, Hidalgo, Puebla y Tlaxcala
- *Ciudad de México y Zona Metropolitana*
- *Este*, por Veracruz y Tabasco
- *Peninsular*, por Campeche, Yucatán y Quintana Roo
- *Sur*, por Oaxaca, Guerrero y Chiapas

El primer criterio para la inclusión de un medio informativo en la base de datos fue que estuviera registrado en alguna de las bases de datos oficiales existentes: Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación y el catálogo de Estaciones de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral para las elecciones de 2012 y 2013. El segundo criterio para la inclusión de un medio en la base de datos fue que contaran con un sitio actualizado o página web, o bien perfil explícito en redes sociales. Para el caso de las radiodifusoras, que su sitio web listara o refiriera que contenía algún programa, servicio, o cápsula de noticias, o bien que distribuya noticias en su portal. Añadimos este segundo criterio para reducir la probabilidad de incluir medios ‘fantasma’, panfletarios o itinerantes. La base de datos se ensambló a partir de la codificación de variables tales como número de caso, región (de nueve posibles), entidad federativa, ciudad de localización, si se trata de una ciudad capital, población de la ciudad, región (de las nueve posibles), entidad federativa, ciudad de localización, si se trataba o no de una ciudad capital, tamaño de la población de cada ciudad, de acuerdo con el último censo, nombre del medio, tipo de soporte, tipo de medio, periodicidad, empresa o

Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

consorcio a la que pertenece el medio, tipo de propiedad (público, privado), y alcance del medio (local, regional, nacional). Adicionalmente se agregó una variable llamada “influencia” que se determinó a partir de la inclusión del medio en los monitoreos de los Institutos Estatales Electorales que buscan medir la equidad en las campañas electorales.

Así, luego de un proceso de depuración y edición, se ensambló una primera base de datos de más de mil trescientos medios informativos registrados (n= 1316). Este primer cálculo de los medios existentes en México lo utilizamos para crear los estratos de tipo de medio y región, así como las proporciones de cada estrato respecto del número nacional de medios. Es decir, el número y porcentaje de medios y tipo de medios que existe en cada región sirvió para calcular los porcentajes de cada uno que debía contener la muestra. Así pues, la muestra, además de ser aleatoria, debió atender a la representatividad en tres frentes. Si una determinada región contaba con un mayor número de medios “grandes”, como la Ciudad de México por ejemplo, eso se reflejó proporcionalmente en el número de medios y periodistas de dicha ciudad en la muestra, al igual que debía reflejarse el hecho de que en el país existen más estaciones de radios transmisoras de noticias que cualquier otro tipo de medio periodísticos como periódicos, revistas, televisoras o medios digitales, y que además existe en el país un mayor número de medios con redacciones pequeñas que grandes, de tal suerte que los medios más conocidos, y de mayor tamaño o peso simbólico tuvieron menos probabilidades de ser seleccionados aleatoriamente debido a su menor número absoluto respecto de los medios pequeños, quizás menos influyentes pero de mucho mayor número. Como se señaló anteriormente, uno de los requisitos fundamentales del estudio global es que la muestra fuera representativa del sistema de medios existente en un país, y por tanto, que reflejara proporcionalmente el número y tipo de medios existente.

Cabe aclarar que debido a que el estudio está basado en unidades geográficas correspondientes a regiones, los cálculos de la muestra se hicieron a partir de los medios existentes en una región, y no en una entidad específica del país. Por tanto, los estados con mayor número de medios existentes y el tipos de medios preponderantes tuvieron más probabilidades de resultar aleatoriamente seleccionados en la muestra. Por ejemplo, los estados de Tlaxcala y Colima tenían considerablemente menos registros de medios informativos respecto

de las demás entidades de sus respectivas regiones, y por ello tuvieron menos probabilidades de resultar seleccionados respecto de estados como Puebla o Michoacán, con mayor número de medios en la muestra.

Una vez que tuvimos este primer cálculo de la muestra y se procedió al pilotaje de la misma (intento de contacto con las redacciones y periodistas), surgieron dos problemas con la base de datos. La primera fue que se listaron cada una de las estaciones de radio de un mismo consorcio como si se tratara de estaciones/redacciones separadas, aun cuando varias de ellas, al pertenecer a una cadena o consorcio regional, eran servidas por una misma redacción de noticias o bien, eran repetidoras de alguna otra radiodifusora nacional o regional, sin necesariamente producir contenido propio. En consecuencia, el número de estaciones de radio estaba originalmente sobrerrepresentado respecto de otros tipos de medios informativos. Para corroborarlo, el equipo llamó a una muestra aleatoria de 43 estaciones de radio y encontró que el 16% era repetidora o compartía redacción o servicio de noticias con otras estaciones regionales.

El segundo problema que se encontró es que solamente el 63% de las publicaciones periódicas o revistas de las 109 a las que se llamó o intentó llamar contaban con línea de teléfono convencional, un posible indicador de que la tercera parte de publicaciones restantes pudieran ser irregulares, sin redacción, periodicidad fija, oficina o periodistas laborando en ellos, y por tanto, no se cumplía con los requisitos metodológicos del estudio.

Por tanto, para recalcular la muestra con base en estos hallazgos, se depuró la base de datos y se revisaron a la baja las proporciones iniciales de medios y de regiones para tener un cálculo más preciso del número de redacciones radiofónicas (en vez de estaciones de radio) y de publicaciones periódicas estables existentes en el país. Así, la versión final de la base de datos quedó en 1,083 publicaciones.

Una vez que se calculó la muestra de medios por región, el siguiente paso fue contactar las redacciones de los medios seleccionados y buscar entrevistas con un determinado número de periodistas (3 si se trataba de una redacción pequeña y de 5 a 7 si se trataba de una redacción grande), procurando máxima variación de género y puesto. También se procuró no entrevistar a

los periodistas del círculo de contactos y amigos de los integrantes del equipo de trabajo, para no afectar el sentido de las respuestas. Se definió el número de entrevistados a partir de la estimación del tamaño de la redacción (que implicó un proceso paralelo de verificación por parte del equipo a través de llamadas telefónicas).

En los diversos casos en que por problemas de horario, acceso o negativa a participar por parte de los periodistas no se hubiera agotado el número de periodistas a entrevistar en un mismo medio, se procedió a hacer el complemento o sustitución del medio por otro de iguales características tanto de tipo, tamaño y región. Estos medios sustitutos y/o complementarios también fueron elegidos aleatoriamente. Esto ocurrió preponderantemente en estaciones de radio en donde las redacciones suelen ser muy pequeñas o una misma persona ocupa varias funciones. Así, comenzamos con una muestra de 100 medios seleccionados en todo el país y terminamos con una muestra de 135 debido a complementos. La muestra de medios seleccionados por región y tipo de medios se muestra en la Tabla 1.2.1.

Tabla 1.2.1. Muestra de medios seleccionados por región y tipo de medio

	Noroeste	Norte	Noreste	Centro Oeste	CDMX y Área Metropoli- tana	Centro Este	Sur	Este	Península	Total
Diarios impresos	5	5	3	5	3	5	2	4	2	35
Impresos no diarios (revistas)	1	0	1	1	2	1	0	0	0	6
Radio	7	8	4	7	4	5	4	3	3	45
Televisión abierta	1	1	1	1	1	1	1	0	1	8
Televisión de paga	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Medios digitales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5
Total	15	17	9	14	10	13	8	8	6	100

Estimación de la muestra de periodistas

Ante la falta de un censo del número de periodistas que existen en el país, realizamos una estimación con base en un cálculo a presentarse a continuación. Estimamos el total de periodistas

haciendo llamadas preliminares en una sub-muestra estratificada. La pregunta que se les hizo fue la siguiente: *¿Cuántas personas trabajan en la redacción de su medio, incluyendo sólo a la personal que se dedica al periodismo por lo menos 50 por ciento de su tiempo? Si es una redacción de una cadena nacional, por favor solo incluya los que trabajan para el medio local.* Recordemos que califica como periodista cualquiera que participe del proceso editorial e informativo y tenga algún grado de toma de decisiones. Además de reporteros, fotorreporteros, jefes y editores, redactores, editores, productores, fotógrafos o gestores de contenido digital califican como “periodistas” si perciben un salario y se dedican mínimo medio tiempo al periodismo. Se excluye de la cifra a empleados administrativos o de otras áreas de los medios.

Con base en sus respuestas, se estimó la población de periodistas en México de tres maneras:

- El promedio de periodistas se calculó en 17.1 por medio (multiplicado por 1,083 medios), alcanzando un total de 18,534.
- El promedio de periodistas dentro de cada tipo de medio y la suma de los resultados, que dio un total de N=18,334 periodistas (ver Tabla 1.2.2).
- El promedio de periodistas por tipo de medio ponderado para corresponder con la proporción de tipos de medio en la base de datos, resultando en N=18,207 (ver Tabla C)

Con eso estimamos que existen en el país entre 18,207 y 18,534 periodistas. Así se siguieron las indicaciones del estudio global que indicaban que para un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, debían entrevistarse a 377 periodistas para una población no mayor a 20 mil periodistas.

Tabla 1.2.2. Promedio de periodistas y cálculo del total por tipo de medios

Tipo de Medio	% del total de medios	# de medios en la base de datos	Promedio de periodistas por tipo de medio	Total # por tipo de medio
Diario impreso	34.7	376	19	7293
Impresos no diarios	7.9	86	12	990
Radio	43.1	467	11	5210
Televisión	9.5	103	40	4098
Medios digitales	4.8	52	14	742
Total	100	1083	17	18, 334

Tabla 1.2.3. Promedio de periodistas considerando el tipo de medio, ponderado proporcionalmente a la base de datos

Tipo de medio	% total de medios en población	# de medios en total	Promedio de periodistas por tipo de medio	Total por tipo de medio
Diario impreso	35	379	19	7356
Impresos no diarios	6	65	12	752
Radio	44.9	486	11	5428
Televisión	9	97	40	3883
Medios digitales	5.1	55	14	789
Total	100	1083	17	18207

El equipo de encuestadores fue entrenado en comprensión de las preguntas y conducción de la entrevista, así como en protocolos de ética y trato sensible con sujetos humanos. Cada uno realizó un pilotaje con periodistas en activo para mejorar tiempo y duración de la entrevista. Se estableció un protocolo de contacto con los periodistas encuestados consistente en informarles el nombre y filiación del entrevistador y de los investigadores titulares (en caso de no ser el mismo); el propósito del estudio; la duración aproximada de la entrevista; y la voluntariedad, confidencialidad y anonimidad de la participación.

Obtuvimos como resultado 377 entrevistas estructuradas (encuestas), de las cuáles 361 se realizaron vía telefónica usando la aplicación de Skype, y 17 de ellas cara a cara afuera de las instalaciones de diversos medios en las ciudades de Monterrey, Acapulco y Mérida. Las encuestas fueron vaciadas en tiempo real en un soporte digital conocido como Qualtrics y realizadas a diversas horas del día, dependiendo de la disponibilidad de los periodistas en cuestión.

El estudio global recomendó aplicar la encuesta de forma personal o vía telefónica, pudiéndose aplicar en línea únicamente cuando las dos anteriores no fueran posibles. Se recomendó a los equipos de trabajo no mezclar los tipos de levantamiento para asegurar la comparabilidad a menos que fuera estrictamente necesario. En el caso mexicano 17 entrevistas se hicieron vía personal ante la falta de disponibilidad y respuesta por parte de los medios y periodistas, tanto de los medios originales como de todos los suplementos en las ciudades de Monterrey, Acapulco y Mérida. El resto de entrevistas se hizo vía una cuenta institucional de Skype para rastrear el promedio de duración de las llamadas. Ante la falta de recursos económicos para financiar los traslados del equipo y las complejidades logísticas que implicaba

encuestar a periodistas cara a cara, este método resultó el más efectivo, si bien el más tardado de realizar, lo cual se tradujo en los casi dos años que tardó el trabajo de campo (enero de 2013 a marzo de 2015). Cabe señalar que una de las dificultades del método de encuesta es que muchos periodistas rehusaban a contestar las llamadas del equipo cuando en sus teléfonos celulares aparecía un número desconocido o fuera de área, revelando la desconfianza y temor que prevalece en zonas de alto riesgo.

Asimismo, dentro de los desafíos que encontramos en el trabajo de campo, es que debido a las limitaciones financieras para costar traslados, el método de entrevista vía telefónica fue particularmente lento y extendió el proceso a poco más de dos años, ya que implicó rastrear, contactar e insistirle a diversos periodistas y contactos para que tomaran la llamada y después accedieran a hacer la entrevista. En todos los casos, se les envió un correo electrónico con información del proyecto y petición formal a través de cartas de las dos universidades que organizan el estudio. En el contacto preliminar con las redacciones era común encontrar resistencia a participar, filtros administrativos, poca disponibilidad de horario, acceso y voluntad de parte de los participantes. Sin embargo, una vez que los participantes potenciales fueron contactados, conocieron del proyecto, se familiarizaron con nuestros entrevistadores, y accedieron a la petición inicial de entrevista, ya dependió de la insistencia de nuestra parte para concretar la llamada y la conclusión de una entrevista. En se sentido, se calculó la tasa de respuesta de 57% con base en los 668 periodistas a los que se contactó o insistió respecto de los 377 con los que al final sí se concretó la entrevista.

1.2 Descripción general de la muestra

Los periodistas mexicanos laboran predominantemente en áreas urbanas y el 68.2 por ciento de ellos en una ciudad capital. El porcentaje de entrevistados por región (Tabla 1.3.1) corresponde representativamente con el número, tamaño y tipo de medios existentes en cada una de ellas a partir de la base de datos ensamblada. Como vemos, la mayor concentración de medios (y de periodistas de la muestra) en diciembre de 2012 provino del Distrito Federal y área Metropolitana, en idéntica medida que los cinco estados que constituyen la región Norte del país. La región con la presencia más baja en la muestra es la Peninsular seguida por la zona sur, lo que refleja el menor número de medios en el sur y sureste del país respecto de otras regiones.

Tabla 1.3.1. Distribución de la muestra por región del país

Zona Geográfica	N=	%
Ciudad de México y Área Metropolitana	59	15.6
Norte (Coahuila, Chihuahua, Durango, Zacatecas, San Luis Potosí)	59	15.6
Noroeste (Baja California, Baja California Norte, Nayarit, Sinaloa y Sonora)	54	14.3
Centro-Este (Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro, Tlaxcala)	47	12.5
Centro-Oeste (Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán)	46	12.2
Este (Veracruz y Tabasco)	32	8.5
Noreste (Nuevo León y Tamaulipas)	30	8
Sur (Chiapas, Guerrero, Oaxaca)	27	7.2
Peninsular (Campeche, Quintana Roo y Yucatán)	23	6.1
Total	377	100

La distribución de los participantes por tipo de medio se presenta en la Tabla 1.3.2. Podemos apreciar que en su mayoría, los periodistas provienen de radiodifusoras, seguidas casi diez puntos porcentuales abajo por los periodistas de diarios, lo que refleja que si bien sus tamaños de redacción son menores, sobrepasan a cualquier otro tipo de medio debido al número absoluto y alcance regional que tienen las radiodifusoras respecto de otros tipos de medios. En contraste, son los medios digitales, seguidos por los medios impresos no diarios (revistas y semanarios de carácter noticioso) los que comparativamente se presentan en menor número en el país

Tabla 1.3.2. Distribución de la muestra por tipo de medio

Medio	N =	%
Radio	163	43.2
Diarios impresos	130	34.5
Televisión	36	9.5
Impresos no diarios (revistas y semanarios)	30	8
Medios en línea	18	4.8
Total	377	100

Otra de las variables requeridas era que la muestra representara proporcionalmente a los tipos de propiedad imperantes en el país. Encontramos que el tipo de propiedad predominante, como se observa en la Tabla 1.3.3, es el privado o concesionado, seguido por un porcentaje muy pequeño de medios estatales o públicos y un porcentaje muy menor de medios universitarios.

Tabla 1.3.3. Distribución de la muestra por tipo de propiedad del medio

Medio	N=	%
Medio privado o concesionado	331	87.8
Medio estatal o público	32	8.5
Medio universitario	14	3.7
Total	377	100

Como puede observarse, la muestra ha buscado diseñarse a partir de varios criterios que lograron una representatividad proporcional del sistema de medios imperante del país y del número estimado de periodistas en México durante el periodo de estudio.

2. HALLAZGOS

2. 1. Perfiles demográficos y educativos de los periodistas en México

Los primeros hallazgos arrojan un perfil de periodista complejo y multifacético. Se observa (Tabla 2.1.1) que la distribución de género de la muestra recabada indica un promedio de edad de 38.4 años, un género típicamente masculino (68.2%)², y menos de la tercera parte (31.8%) de género femenino, cifra ligeramente por debajo del porcentaje de la fuerza de trabajo femenil en el país, que para 2015 era de 34.6 por ciento³. Observamos también que la presencia de las mujeres en las salas de redacción parece diferir respecto del tipo de medio del que se trate, y parecen estar más presentes en los medios digitales y radiofónicos, y menos presentes en los medios impresos, particularmente en los semanarios. Aun cuando la naturaleza proporcionalmente representativa de la muestra respecto del sistema de medios supone que la muestra de periodistas de medios digitales, televisivos e impresos no diarios es muy pequeña respecto de los diarios y las estaciones radiales como para sacar conclusiones y hacer

²El estudio no es representativo de la distribución de género en el país al carecer de un censo de periodistas para determinar la distribución de la población total—ya se ha establecido que se trata de una muestra representativa del tipo de medios. Sin embargo, creemos sintomático que gran parte de los periodistas a quienes se tuvo acceso, particularmente en puestos gerenciales, fueron del sexo masculino y que los primeros puntos de contacto en las redacciones (secretarías o recepcionistas) recomendaran hablar y nos canalizaran preponderantemente con periodistas de sexo masculino. Esto lo corroboramos también con la lista de periodistas a los que no se tuvo acceso o con quien no se concretó entrevista, quienes también resultaron ser en su mayoría de sexo masculino. En todo caso, la cifra no es lejana del porcentaje de la fuerza general en general.

³Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática (2016) *Encuesta Intercensal 2015- Panorama Sociodemográfico de México 2015*, Sección Características Económicas, disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/Panorama2015/Web/Contenido.aspx#Estados Unidos Mexicanos33000>

comparabilidad entre segmentos, se empieza a perfilar un escenario —susceptible de ser corroborado o refutado por futuras investigaciones— en donde las mujeres tenderían a estar más presentes en espacios mediáticos especializados en la inmediatez.

Por otra parte, respecto del perfil étnico de los encuestados, alrededor de uno de cada diez periodistas (10.7%) dijo identificarse como indígena⁴, sin que tal identificación necesariamente implique que el periodista sea hablante de una lengua de los pueblos originarios. Aun así, el porcentaje representa menos de la mitad de la cifra poblacional que se considera indígena en México, que es de 21.5 por ciento⁵, un reflejo de que las minorías étnicas están considerablemente sub-representados en la fuerza de trabajo de los medios de comunicación en México, o por lo menos en la rama de la información noticiosa. Los cuarenta periodistas identificados como indígenas tienden a estar más presentes en las revistas y semanarios, seguidos por los medios radiofónicos, y están casi ausentes de la televisión y los medios digitales, precisamente los medios con gran visibilidad y penetración.

Tabla 2.1.1 Distribución demográfica por tipo de medio

Características (% de respondientes)	Radio	TV**	Prensa diaria	Impresos no diarios**	En línea**	TOTAL
Edad promedio	39 años	35 años	39 años	38 años	35 años	38.4
Sexo femenino	38.0	33.3	26.2	13.3	44.4	31.8
Se identifica como indígena (%)	14.2	2.8	8.5	16.7	0.0	10.7
Cuenta con estudios de licenciatura o equivalente* (%)	76.5	80.6	73.6	73.3	72.2	75.5
Cuenta con estudios NO especializados en periodismo o comunicación (%)	36.2	20	37	29.7	18.8	31.7
Cuenta con estudios de posgrado (%)	14.8	13.9	7.8	10	5.6	11.4
Cree necesario el estudio universitario del	68.7	61.1	63.1	46.7	61.1	63.9

⁴ La pregunta original del cuestionario fue: “¿se identifica usted con un grupo étnico? si sí, ¿cuál?”, se codificaron las respuestas respecto de grupo étnico para el caso de “sí” y para remover todas las que hicieran referencia a mestizo, etc., y se creó una segunda variable tipo “dummy” llamada “Se identifica como indígena” cuya respuesta fue Sí o No.

⁵ La cifra “Población que se considera indígena” es de 21.50%, la población que se considera afrodescendiente: 1.16%, La población de tres años o más que hablan alguna lengua indígena: 6.52%. Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática (2016) *Encuesta Intercensal 2015- Panorama Sociodemográfico de México 2015*, Sección Etnicidad, disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/Panorama2015/Web/Contenido.aspx#Estados Unidos Mexicanos33000>

periodismo para ejercer la profesión (Sí) (%)						
Cree necesario complementar los estudios del periodismo con otras disciplinas (Sí) (%)	95	80.6	94.6	93.3	94.4	93.3
Considera la religión como extremada o muy importante (%)	51.9	61.1	49.2	55.1	72.2	53.1
Participantes por tipo de medio (%)	43.2	9.5	34.5	8.0	4.8	100

N=377 periodistas. Margen de error: 5%

* Implica créditos concluidos, no necesariamente la posesión de título profesional

** Debido a que la muestra representa proporcionalmente al sistema y número de medios en México en 2012, este segmento contiene muestras de periodistas más pequeñas que las de los segmentos cuantitativamente más amplios, por lo que los porcentajes deben ser interpretados con cautela.

En cuanto a la educación formal y especializada, como se observa en la Tabla 2.1.1, encontramos que a diferencia de décadas anteriores donde el periodista se formaba empíricamente en las redacciones (Baldivia et al, 1981), alrededor de tres cuartas partes de los periodistas (75.5%) cuentan hoy con estudios universitarios, y sólo el 8.5 tiene estudios menores a la educación superior, lo que refleja que, en el siglo 21, el perfil educativo del periodista mexicano es preponderantemente profesional. Sin embargo, la preparación profesional no necesariamente implica que los periodistas cuenten con una licenciatura en periodismo, comunicación, y campos afines, pues aunque sí se trata de las carreras de preferencia de los periodistas, casi una tercera parte de ellos (31.7%) se especializó en otro campo de estudios. Incluso, la cifra de egresados de carreras distintas a la comunicación o periodismo es más alta entre los periodistas de radio (36.2%), lo que refleja la enorme versatilidad de perfiles profesionales en este medio.

Otro aspecto importante a destacar es que 11.4 por ciento de los encuestados dijo contar con estudios de posgrado, siendo la cifra más alta entre quienes laboran en los medios electrónicos como radio y televisión, quizás reflejando las necesidades específicas de especialización. En todo caso, queda claro que los periodistas en general respaldan la formación profesional, pues casi dos tercios (63.9%) creen que es necesario el estudio universitario del periodismo para ejercer la profesión, y una cifra casi unánime (93.3%) considera la necesidad de complementar esos estudios con el estudio de otras disciplinas para un ejercicio profesional, lo que refleja la permanente necesidad de actualización y/o especialización.

Respecto de la importancia que tiene la religión para los periodistas en México, encontramos resultados discordantes. Un poco más de la mitad (53.1%) da mucha importancia a la religión –cifra particularmente mayor entre aquéllos que trabajan en medios televisivos y digitales, y ligeramente menor en los medios radiofónicos y en los diarios. Sin embargo, como Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

veremos más adelante, esto no implica que sea necesariamente percibida como influyente para el trabajo periodístico.

2.2 Perfiles laborales: el ‘generalismo’ y la precariedad

Una de las áreas que aporta más luz sobre la incertidumbre y vulnerabilidad de los ambientes profesionales de los periodistas en México es la laboral. Un primer hallazgo es que sólo una cuarta parte de los encuestados (25.2%) pertenece a alguna organización, colegio o asociación orientada a la colegialidad y la organización gremial, un posible reflejo de dos escenarios que creemos probables. Primero, observamos una escasa colegialidad y unión gremial que pudiera servir tanto como contrapeso para la protección de sus derechos como de salvaguarda de estándares éticos y profesionales ante la falta de incentivos o utilidad práctica que se percibe de dichos gremios. Segundo, en algunas regiones del país esto revelaría un posible signo de desconfianza, particularmente ante la cooptación e instrumentalización política de la que fueron objeto muchas organizaciones y gremios periodísticos durante el régimen de partido único en el siglo XX, cuando los periodistas de élite se mantenían muy cercanos al poder.

Encontramos también indicadores de precariedad laboral, como muestra la Tabla 2.2.1. Si bien un 83.6 por ciento labora de tiempo completo en su medio –mientras que 10.3 por ciento lo hace de tiempo parcial y el 5.3 son *freelancers*-- más de la tercera parte (34.8%) tiene otra actividad remunerada además del periodismo, lo que implica que para muchos de los encuestados el periodismo no garantiza un ingreso digno, y ha de hacerse de otras fuentes de ingreso complementarias. Además, en promedio, los periodistas mexicanos trabajan para 2.21 diferentes medios. La desviación estándar relativamente alta ($DE=1.10$) sugiere mucha variedad en este aspecto. Menos de un tercio (el 30.5%) trabaja para una sola organización, mientras que el resto trabaja para dos o más medios. Por otra parte, casi seis de diez (58.1%) se especializa en un solo tipo de plataforma, mientras que el resto es periodista multimedia al enfocarse en dos plataformas o más.

También se observa en la Tabla 2.2.1 que sólo la quinta parte de los periodistas (21.5%) se considera especialista al enfocarse a la cobertura de un solo sector informativo, mientras que la inmensa mayoría (78.5%) se dedica a la cobertura de más de una fuente o sector informativa. Esta multitud de asignaciones a diversos sectores informativos, claramente indica la falta de

especialización, lo que puede representar un enorme desafío para el periodismo de largo aliento y de investigación. Los periodistas menos especializados o que más número de fuentes y sectores cubren son los digitales, seguidos por los radiofónicos, mientras que los de televisión son más tendientes a la especialización, con 83.3 por ciento de los que laboran ahí dedicándose sólo a esa plataforma.

Por otro lado, más de la mitad de los encuestados (55.5%) cuenta con al menos diez años de experiencia en el periodismo, más de un cuarto (26.4%) tiene entre cinco y diez años de experiencia y menos de un quinto (18.1%) cuentan con menos de cinco años trabajando como periodistas, lo que significa que la mayoría de los periodistas en México están suficientemente experimentados y continúan ejerciendo aún después de diez años, aun si la cifra de periodistas experimentados es mayor entre quienes trabajan en radio. Los medios digitales son los que, previsiblemente, cuentan con el menor número de periodistas experimentados, con sólo un tercio de ellos.

Tabla 2.2.1 Características laborales por tipo de medio

Características (% de respondientes por tipo de medio)	Radio	TV**	Diarios impresos	Impresos No-diarios**	En línea**	TOTAL
Miembro de asociación profesional o colegiada de periodistas	28.2	11.1	26.9	30	5.6	25.2
Tiene otra actividad remunerada además del periodismo	38.9	25	33.6	30	33.3	34.8
Trabaja tiempo completo	78.5	91.7	91.5	76.7	66.7	83.5
Es <i>freelance</i> o trabaja por proyecto	7.4	2.8	3.1	3.3	16.7	5.6
Trabaja en un solo medio	23	36.1	38	33.3	27.8	30.5
Trabaja en una sola plataforma	53.4	83.3	57.7	53.3	61.1	58.1
Especializado (cubre un solo sector informativo, tema o fuente)	20.2	25.0	22.5	23.3	16.7	21.5
No especializado (cubre o reporta sobre varios sectores/temas/fuentes)	79.8	75	77.5	76.7	83.3	78.5
Experiencia de 0 a 5 años	11.7	17.1	20.9	36.7	27.8	18.1
Experiencia 6 a 10 años	27	37.1	23.3	16.7	38.9	26.4
Experiencia mayor a 10 años	61.3	45.7	55.8	46.7	33.3	55.5
Trabaja de tiempo completo	78.5	91.7	91.5	76.7	66.7	83.5
Puesto de rango gerencial/directivo	14.1	8.3	4.7	6.7	11.1	9.6
Puesto de rango medio	28.2	25	34.9	50	27.8	31.9
Puesto de rango bajo	57.7	66.7	60.5	43.3	61.1	58.5
Puesto específico principal: reportero(a)	41.1	58.3	53.1	23.3	50	45.9
Percibe hasta cinco mil pesos mensuales	17.7	8.3	11	10	17.6	13.9

Percibe entre cinco y diez mil pesos mensuales	29.7	22.2	40.2	40	23.5	33.2
Percibe entre diez y quince mil pesos mensuales	25.3	13.9	26.8	6.7	23.5	23.1

N=377 periodistas, Margen de error: 5%

** Debido a que la muestra representa proporcionalmente al sistema de medios en México, este segmento contiene muestras de periodistas más pequeñas que las de los segmentos cuantitativamente más presentes en el país, por lo que los porcentajes pueden estar sobredimensionados.

De igual forma, como se observa en la Tabla 2.2.1, encontramos que la mayoría (58.5%) ocupa un puesto de bajo rango como redactor, sub-editor, o reportero, en el que se toman pocas decisiones. Poco menos de un tercio (31.9%) ocupa un puesto de rango medios como Jefe de Sección y menos de la décima parte (9.6%) tiene un puesto de alto mando o gerencial como director editorial, director de noticias. El puesto específico que más preponderó fue el de reportero(a) (45.9%), que encontramos mayoritariamente en medios televisivos y diarios. Esto significa que poco menos de la mitad de los periodistas en México tiene como encomienda principal la de recoger las noticias de primera fuente, mientras que poco más de la otra mitad tiene como labor el procesamiento, planeación, gestión o presentación de la información y los productos finales.

En términos generales, otro de los indicadores de precarización laboral que encontramos es la enorme brecha salarial entre periodistas. Uno de cada tres (33.2%) ganaba entre cinco y diez mil pesos mensuales al momento de la encuesta, y un 13.9 por ciento percibía menos de cinco mil pesos al mes, poco más de dos salarios mínimos al momento de la encuesta, un salario sin duda bajo para el nivel de estudios y el tipo de responsabilidad. Menos de un cuarto de los periodistas (23.1%) ganaba entre diez y quince mil pesos y el resto —poco menos de un tercio— (29.8%) ganaba más de quince mil al mes. Hay algunos matices por segmento de puesto que indican que la precariedad es aún mayor entre los reporteros. Casi uno de cada cinco reporteros (18.9%) ganaba menos de cinco mil pesos (justo el salario mínimo mensual para reportero) y 43.8 por ciento percibía entre cinco y diez mil pesos, lo que significa que aproximadamente dos tercios de los reporteros está por debajo del nivel salarial de los diez mil pesos mensuales. Predeciblemente, en una prueba estadística realizada por separado, la relación entre puesto y

salario resultó ser estadísticamente significativa⁶, lo que implica que la variación entre salarios está fuertemente conectada con el puesto que se tiene.

Como puede observarse en la Tabla 2.2.1, el porcentaje de ingreso más bajo —hasta cinco mil pesos mensuales— tendía a ser más común entre periodistas que trabajan en medios radiofónicos (17.7%) y digitales (17.6%) donde, como ya se mencionó, también prevalece la mayor polivalencia y menor especialización, tomando en cuenta, sin embargo, que pese a su representatividad proporcional al sistema de medios, la muestra de medios digitales es pequeña y que los porcentajes pueden estar sobredimensionados para ese segmento ante la menor cantidad de periodistas encuestados de ese segmento que de radio, cuyo tamaño de sub-muestra sí es robusto. Por otra parte, el porcentaje de periodistas que percibía salarios medio-bajos (entre cinco y diez mil pesos mensuales) fue comparativamente mayor entre quienes laboraban en los impresos diarios (40.2%) y no diarios (40%) que en cualquier otro segmento.

2. 3. Percepciones sobre roles profesionales

Uno de los aspectos más analizados de las culturas periodísticas alrededor del mundo ha sido la de examinar cuáles son las funciones profesionales (o roles) con las que se identifican más los periodistas de determinado país o región, pues tal apoyo pudiera reflejar la tradición periodística y hasta el tipo de sistema de medios que predomina en un país o región: un periodismo cuyo tono de reporte es distanciado o intervencionista, como en el paradigma de la objetividad; que es crítico o leal con el poder; o bien que se visualiza a sí mismo como un vehículo para educar en derechos y obligaciones y empoderar a los ciudadanos (la perspectiva cívica), un promotor crítico del cambio social, o bien tendiente al mercado y al consumo, por ejemplo. Los diversos estudiosos han dado cuenta cómo en democracias consolidadas con economías de mercado las funciones de los periodistas tienden a ser más homogéneas, existiendo claras divisiones entre quienes priorizan los roles asociados a la objetividad periodística, al llamado “periodismo watchdog”, o bien, cada vez más frecuentemente, al infoentretenimiento (Weaver, 1998; Hanitzsch, 2011; Hanitzsch et al, 2011). En contraste, según sus hallazgos, en los países en transición o con regímenes autoritarios y post-autoritarios tenderían a prevalecer funciones intervencionistas de los periodistas y roles asociados a la colaboración con el poder

⁶ Prueba del Chi Cuadrado de Significación al = .000

(Hanitzsch, 2011), o bien, por otro lado, como en América Latina, los roles reflejarían culturas periodísticas híbridas (Mellado et al, 2012).

Los resultados para el caso de México, como se observa en la Tabla 2.3.1, reflejan una adherencia por parte de los periodistas a roles que han sido teorizados como típicamente contrastantes en la literatura (distanciamiento vs. Intervencionismo, por ejemplo), confirmando así otros estudios cuantitativos y cualitativos previos que dan cuenta, en el mejor de los casos, de la naturaleza híbrida del periodismo y en el peor de los casos, de ambigüedad y tensión en los valores profesionales (Hughes, 2009; Mellado, et al; 2012; Márquez-Ramírez, 2012). Al tope de la lista, y con un relativo consenso entre todos los encuestados, encontramos uno de los roles tradicionalmente asociados a la factualidad distanciada, el de reportar las cosas como son, que resultó abrumadoramente el más priorizado por los encuestados. Como segunda y tercera función más valoradas, tenemos que alrededor de nueve de cada diez periodistas consideran muy o extremadamente importante la promoción de la tolerancia y la diversidad cultural, y el fomento al cambio social, lo cual, en teoría, implicaría un cierto grado de intervencionismo de parte del periodista más allá de la mera disseminación de noticias y que contrastaría con la posición de observador pasivo o distanciado.

El cuarto rol en importancia (89.7%), propuesto y aplicado únicamente por el equipo mexicano, refleja el alto nivel de preocupación que tienen los periodistas ante las coyunturas de violencia creciente, el de promover y defender la legalidad y los derechos humanos. La desviación estándar relativamente baja indica que esta es una preocupación compartida en todo el territorio nacional. Sin embargo, el estudio mide las percepciones de los periodistas y por tanto, para esta batería de preguntas, sus ideales normativos y profesionales que los guían. La forma en como logran implementar esos ideales, o en otras palabras, la brecha entre la teoría y la práctica, sería tema de otro estudio. Por ahora, al menos en ideal, los periodistas mexicanos sí están comprometidos con la defensa de la legalidad y los derechos humanos. Tomado en conjunto con el tercer rol en importancia (fomentar el cambio social), se puede concluir que para los periodistas en México es crucial hacer algo por su entorno y que son sensibles, al menos en teoría, ante los graves problemas endémicos, de violencia, de violación a los derechos humanos, y de débil estado de derecho que imperan en el país.

Por otro lado, le siguen en orden de importancia, también con porcentajes muy altos, rasgos considerados como parte del periodismo cívico (dejar que la gente exprese sus puntos de

vista) con un 88.8 por ciento, así como en la función tradicional del periodismo *watchdog* (monitorear y vigilar a los actores políticos), con un 86.9 por ciento, seguido por el de proveer análisis de temas de actualidad. Los otros dos roles propuestos y aplicados en México solamente también versan sobre funciones que requieren alta intervención de parte del periodista, como ayudar a mantener la paz y estabilidad social (84.6%), o favorecer el desarrollo y bienestar de la comunidad (84.5%). De hecho, la mayoría de los doce roles que obtuvieron más del ochenta por ciento de prioridad para los periodistas involucran la de un ideal de periodismo más proactivo, consciente de los desafíos sociopolíticos del país, y que se compromete con el entorno inmediato y la transformación social.

Tabla 2.3.1 Percepción de Importancia de Roles Profesionales

	N	Porcentaje de extremadamente o muy importante		Desviación Estándar
		Media		
Reportar las cosas como son	376	95.5	4.69	.65
Promover la tolerancia y la diversidad cultural	377	92.8	4.55	.78
Fomentar el cambio social	377	89.7	4.5	.84
Promover y defender la legalidad y los derechos humanos*	376	89.4	4.49	.82
Dejar que la gente exprese sus puntos de vista	376	88.8	4.5	.81
Monitorear y vigilar a los actores políticos	374	86.9	4.33	.90
Proveer análisis de temas de actualidad	377	86.5	4.35	.90
Ayudar a mantener la paz y la estabilidad social*	376	84.6	4.36	.94
Favorecer el desarrollo económico y el bienestar de la comunidad*	375	84.5	4.29	.96
Proporcionar a la gente la información que necesita para tomar decisiones políticas	375	84.3	4.37	.88
Apoyar el desarrollo nacional	375	82.7	4.29	.96
Influir en la opinión pública	375	80.5	4.21	1.05
Contar historias sobre el mundo	376	75.5	4.07	.96
Educar a la audiencia	376	75.3	4.05	1.07
Proveer el tipo de noticias que atraiga a la mayor audiencia posible	376	74.2	4.09	1.14
Establecer la agenda política	375	70.7	3.9	1.08
Brindar asesoría, orientación y consejos para la vida diaria	376	63.8	3.71	1.19
Motivar a la gente a participar en actividades políticas	375	62.9	3.71	1.22
Monitorear y vigilar empresas y empresarios	374	60.2	3.72	1.11
Ser un observador distanciado	375	58.4	3.47	1.29
Proveer entretenimiento y relajación	375	47.5	3.29	1.25
Apoyar políticas públicas gubernamentales	372	35.8	3.07	1.21
Actuar como vigilante de las organizaciones criminales*	367	24.3	2.5	1.35
Ser un adversario del gobierno	370	21.1	2.4	1.26
Dar una imagen positiva de los líderes políticos	371	14.8	2.31	1.19

Pregunta:

Por favor indique qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos en su trabajo. 5 significa que usted lo encuentra extremadamente importante, 4 significa que muy importante, 3 significa que más o menos importante, 2 significa poco importante, y 1 significa no importante.

* ítem propuesto y aplicado por el equipo mexicano como opcional

Como podemos observar, una gran diversidad de roles asociados a distintas funciones y modelos de periodismo se suceden en la lista indistintamente, reflejando con ello que los roles que en otras latitudes son típicamente coherentes y cohesivos entre sí, no lo son necesariamente en el caso mexicano, con contextos de contingencia, conflicto y altas presiones. Por ejemplo, en medio de la tabla tenemos roles como el de influir en la opinión pública, contar historias sobre el mundo o educar a la audiencia, dos de los cuáles son típicamente intervencionistas, como aquéllos al tope de la lista. En cambio, al final de la lista, encontramos roles típicamente asociados a funciones leales-propagandistas y de colaboración con el gobierno, típicas de sistemas autoritarios y post-autoritarios o democracias emergentes, pero también roles asociados al modelo intervencionista o al info-entretenimiento, que se da en algunos países democráticos, o al modelo factual-objetivo y distanciado típico del periodismo anglosajón. Por ejemplo, tenemos como último rol al que se le da importancia suprema, el de dar una imagen positiva de los líderes políticos, con una media de $M=2.31$. Sin embargo, todavía para casi un quince por ciento (14.8%) de periodistas en México esta función fue demasiado importante, lo que revela la inercia propagandista y clara continuidad que aún manifiestan algunos medios y regiones en México. Asimismo, la relativamente alta desviación estándar de esta función pudiera sugerir que hay desacuerdo en qué tan importante es este rol para los periodistas. Por otra parte, es de resaltar que el no asumirse como un aliado del gobierno no necesariamente implica que sí se asuman como su adversario. De hecho, la penúltima función a la que se le dio prioridad es precisamente, la de fungir como adversario del gobierno. Su alta desviación estándar indica que dicha función puede ser muy importante para unos periodistas pero nada para otros, un indicador que pudiera reflejar los contextos específicos de cada región. Siguiendo con los roles menos priorizados, encontramos que tanto el apoyo a políticas públicas gubernamentales, como la provisión de entretenimiento y relajación, resultaron también entre los cinco roles con menos importancia declarada, pero igualmente con desviaciones estándares relativamente altas. Cabe recordar nuevamente que el hecho de que para los periodistas no sea importante profesionalmente el visibilizar a los actores políticos, esto no necesariamente indica que tal ideal se traduce a la práctica periodística, con la que habría que contrastar en futuras investigaciones.

Precisamente debido a la más alta desviación estándar entre todos los elementos, tenemos que el rol más controversial y menos consensado entre los periodistas en México fue el de ser un observador distanciado –función típicamente asociada a la objetividad periodística—, lo cuál

indica que los valores clásicos del periodismo anglosajón no son necesariamente adoptados universalmente como prioritarios por los periodistas de México. Es de destacar, por tanto, que los roles de mitad de la tabla para arriba fueron los más consensuados y los de la mitad para abajo los que obtuvieron menos consenso en cuanto a su nivel de prioridad, sugiriendo que lo son para unos y no para otros. Con ello se refleja un mosaico complejo de funciones periodísticas en el contexto mexicano que no necesariamente está a tono con los hallazgos de países occidentales.

Tabla 2.3.2. Roles profesionales de los periodistas agregados en funciones principales

Función*	N	Media	Desviación Estándar	Consistencia entre ítems (Alpha de Cronsbach)	Varianza Explicada
Agente Crítico de Cambio	377	4.36	.66	$\alpha=.86$	12.08%
Vigilante	377	4.09	.70	$\alpha=.72$	11.29%
Consumo Populista	377	3.78	.78	$\alpha=.67$	11%
Propagandista	376	3.30	.77	$\alpha=.67$	10.8%

Pregunta: Por favor indique qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos en su trabajo. 5 significa que usted lo encuentra extremadamente importante, 4 significa que muy importante, 3 significa que más o menos importante, 2 significa poco importante, y 1 significa no importante.

* Método de extracción: Análisis de Componentes Principales, Rotación Varimax con Normalización Kaiser, Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestra (KMO) de .852 (Meritoria), y coeficiente de significación de $p<.000$

Un análisis factorial exploratorio a partir del método de análisis de componentes principales (PCA) arrojó siete componentes, es decir roles o funciones del periodismo para sintetizar ⁷. De ellas, sólo las primeras cuatro tuvieron pruebas de consistencia interna buenas o

⁷ Los siete componentes y sus roles asociados arrojados por el análisis factorial (funciones) son: 1) *Agente Crítico de Cambio*: ayudar a mantener la paz y la estabilidad social, apoyar el desarrollo nacional, favorecer el desarrollo económico y bienestar de la comunidad, fomentar el cambio social, promover la tolerancia y la diversidad cultural, educar a la audiencia, dejar a la gente expresar sus puntos de vista; 2) *Watchdog*, cinco roles: monitorear y escudriñar actores políticos, establecer la agenda política, proveer análisis de temas de actualidad, influir en la opinión pública; 3) *Función Consumo-Populista*: proveer entretenimiento y relajación, proveer asesoría y orientación para la vida diaria, proveer historias que atraigan audiencias; 4) *Función propagandista*: dar una imagen positiva de líderes políticos y a poyar políticas gubernamentales; 5) *Función cívico motivadora*: motivar la participación política, proveer información que la gente necesita para tomar decisiones políticas (consistencia interna de $\alpha=.0.64$); 6) *Función Adversaria*: Ser adversario del gobierno, actuar como vigilante de las organizaciones criminales (consistencia interna pobre de $\alpha=.0.42$); 7) *Función diseminadora*: Reportar las cosas como son; ser observador distanciado (consistencia interna baja de $\alpha=.20$). En este reporte estamos presentando los resultados de todas las preguntas e ítems aplicadas en el cuestionario, incluidas las preguntas que sólo se aplicaron en México. En otros artículos hemos utilizado menos ítems para su comparabilidad regional o global (Hughes et al 2016, Hughes y Márquez Ramírez, 2017), por lo que pudiera haber ligeras variaciones en los ítems agrupados para

cercanas a aceptables. Este análisis agregado de roles en funciones, como podemos observar en la Tabla 2.3.2, muestra una más clara tendencia de las funciones más privilegiadas por los periodistas en México. Se confirma que los roles asociados a la función crítica de cambio, tendiente a una transformación social, es la predominante con una media de $M=4.36$, y además que se trata de la función combinada de mayor consenso, como se manifiesta en la baja desviación estándar. Le sigue el ideal del periodista de fungir como un vigilante y contrapeso del estado, con una media de $M=4.09$. Estas dos funciones tienen una media por arriba de la cuatro (muy importante). En tercer lugar, queda la función del consumo, tendiente a la diseminación de información para atraer las audiencias, y en último lugar, aunque con una media por arriba del 3 (más o menos importante), la función propagandista que visibiliza las políticas públicas y los actores políticos.

2.4. Percepciones sobre autonomía

Con el fin de ayudar a poner en contexto qué tanto los ideales profesionales de los periodistas mexicanos tienen potencial para materializarse en su práctica cotidiana, es necesario mirar a sus condiciones de autonomía, y particularmente, a la libertad que tienen para informar sobre determinados temas y actores. Una primera parte de esta sección buscó indagar el grado de libertad que tienen los periodistas para elegir los temas sobre los que informan y el ángulo específico de cada historia. Además, como aporte para el estudio global comparativo de *Worlds of Journalism*, el equipo mexicano diseñó, propuso y aplicó una batería específica de preguntas que buscó dar cuenta de los temas y actores específicos sobre los que se tiene mayor libertad para informar. Como muestran los resultados de la tabla 2.4.1, la percepción generalizada de la autonomía para trabajar en sus temas es relativamente fuerte: tres cuartas partes de los periodistas mexicanos (75.6%) sienten que tienen mucha libertad tanto para seleccionar las historias/notas en las que trabajarán como para enfatizar los aspectos de las mismas. La frecuencia con la que participan de decisiones editoriales es menor, pues el 56.6 por ciento dijo hacerlo siempre o muy seguido, pero con una alta desviación estándar, lo que significa que hay quienes no son tomados en cuenta para esta toma de decisiones o bien que dicho aspecto está

cada factor.

relacionado con el puesto, rango y jerarquía dentro de la redacción. Incluso, la desviación estándar también ilustra la alta jerarquización y posible distribución del trabajo en las redacciones.

Tabla 2.4.1 Percepciones de autonomía y libertad periodística

	N	% que dijo "completa" o "mucho"	Media	Desviación Estándar
Libertad para seleccionar historias/noticias (1)	373	75.6	4.05	.96
Libertad para enfatizar aspectos de la noticia (2)	376	76.1	4.09	.93
Frecuencia con que participa en coordinación editorial (3)	376	56.6	3.63	1.4

Preguntas:

(1) Pensando en su trabajo ¿cuánta libertad tiene usted en lo personal para seleccionar las historias/noticias en las que trabaja? 5=completa libertad, 4=Mucha libertad, 3=Alguna libertad, 2=Poca libertad, 1=Ninguna libertad

(2) ¿Cuánta libertad tiene usted en lo personal para decidir qué aspectos de una historia/noticia deben ser enfatizados? 5=completa libertad, 4=Mucha libertad, 3=Alguna libertad, 2=Poca libertad, 1=Ninguna libertad

(3) ¿Qué tan seguido participa usted en la coordinación editorial o de redacción dentro de su medio, como por ejemplo, asistir a juntas editoriales o asignar reporteros a cubrir ciertas historias? 5=Siempre, 4=Muy seguido, 3=Algunas veces, 2=Rara vez, 1=Casi Nunca

El panorama de autonomía profesional de la que gozan los periodistas en México queda más claro cuando observamos los temas y actores específicos sobre los que se tiene libertad para informar (Tabla 2.4.2). Al tope de la lista, con porcentajes mayores al ochenta por ciento y medias de más de 4 puntos en una escala de 5, encontramos temas genéricos como la pobreza, actores como pueblos indígenas y la desigualdad económica o social en general, aún si las desviaciones estándares no son tan bajas y podría sugerir algún nivel de disparidad. Sin embargo, los temas del fondo de la lista son los que ofrecen resultados menos esperanzadores. En el penúltimo y antepenúltimo lugar, encontramos que los periodistas dijeron comparativamente en menor porcentaje que tienen completa o mucha libertad para reportar sobre la élite política y las Fuerzas Armadas, con una desviación estándar alta que sugiere que para algunos la libertad es muy baja y para otros es alta. Cabe destacar que su media es de 3.55 y 3.40, respectivamente, lo que significa que aún son actores importantes sobre los que no siempre se tiene libertad para reportar. En último lugar, y predeciblemente reflejando los contextos de creciente violencia criminal y agresiones contra periodistas, encontramos a las organizaciones criminales como aquéllas en que los periodistas sienten que reportan con menor grado de libertad. El índice de desviación estándar más alto sugiere que en algunos medios y regiones la libertad es nula y en otros es mayor. La media menor a los tres puntos es, por tanto, indicativo de que se tiene en realidad poco margen de maniobra al reportar sobre las organizaciones criminales, como han

indicado diversos autores que se enfocan en el análisis del periodismo regional (Del Palacio, 2015).

Tabla 2.4.2. Percepciones de autonomía periodística sobre actores y temas específicos*

	N	Porcentaje que dijo "completa" o "mucho" libertad	Mean	Desviación Estándar
La pobreza	376	85.6	4.41	.93
Los pueblos indígenas o las minorías raciales	373	82.6	4.33	.99
La desigualdad económica o social	375	81.9	4.33	.96
El clero y las iglesias	369	73.4	4.00	1.09
La élite económica	368	69.8	3.89	1.15
La élite política	375	55.2	3.55	1.09
Las Fuerzas Armadas	364	48.1	3.40	1.26
Las organizaciones criminales	361	28.3	2.63	1.41

Pregunta: Por favor, en una escala de 1 a 5, indique el grado de libertad que suele tener en la selección, desarrollo y publicación de historias sobre los siguientes actores y/o temas. 1 significa ninguna libertad; 2 significa poca libertad; 3 significa alguna libertad; 4 significa mucha libertad y 5 significa total libertad.

* Batería propuesta y aplicada por el equipo mexicano

Las implicaciones de estos hallazgos son diversas. Como hemos afirmado en trabajos paralelos extraídos de este estudio, el grado de autonomía que tienen los periodistas mexicanos tanto para producir como para publicar noticias es multifactorial y está asociada a diversas influencias y factores (Hughes et al, 2016). Por otra parte, la autonomía diferenciada que tienen los periodistas pudiera también verse reflejado en el recurso de la censura y la autocensura como mecanismos de protección ante posibles riesgos en contextos de alta presión política y criminal (Hughes y Márquez, 2017). Cabe destacar también que el patrón de respuestas sugiere que los periodistas percibieron más libertad de tratar temas en general (pobreza, minorías, desigualdad económica), o quizás, las respuestas sugieren poca conciencia de los temas respecto de otros actores con los que hay tradicionalmente más áreas de tensión y conflicto.

2.5. Percepciones sobre fuentes de influencia en el trabajo periodístico

El siguiente ámbito de análisis de la cultura periodística mexicana está relacionada con la percepción que tienen los periodistas respecto de treinta posibles factores que podrían influir en su trabajo. Estos aspectos pertenecen a diversos ámbitos, como el organizacional, personal, económico, político-externo, de recursos, regulatorios, o de grupos de referencia.

Los factores de influencia más citados como muy o extremadamente importantes para los periodistas en México resultaron ser la ética periodística (93.4%) y el acceso a la información

(77.3%), por lo que en solitario, los periodistas parecen guiarse tanto por lo que consideran ético como por la facilidad que tengan para acceder a la información. Estos dos aspectos también reportaron la más baja desviación estándar, sugiriendo el mayor consenso entre periodistas.

Asimismo, entre las diez fuentes percibidas como de mayor influencia, encontramos cuatro relacionadas a la organización mediática y sus estructuras jerárquicas en la redacción: política editorial (74.4%), jefes inmediatos (64.7%), propietarios (63.8%) y altos directivos del medio (62.6%) en los lugares tres, cinco, seis y siete, respectivamente. Esto implicaría que es hacia adentro de las redacciones donde encontramos los mayores posibles condicionantes del trabajo periodístico, aunque también encontramos como influyente a la retroalimentación de la audiencia en el cuarto sitio (69.1%).

Como puede observarse, para cerrar los diez primeros lugares de la lista, tenemos que más de la mitad de los periodistas (57.8%) consideran influyente los plazos y restricciones de tiempo, seguido por el ambiente de inseguridad pública, donde más de la mitad de los periodistas (56.6%) lo considera influyente en su trabajo, y finalmente, cerrando los primeros diez lugares, la relación con las fuentes (55.8%).

En los próximos diez lugares de la Tabla 2.5.1 aparece una mezcla de influencias de dimensión personal, comercial o sociopolítico. Más de la mitad de periodistas considera influyente la legislación sobre medios (53.6%) y sus valores y creencias personales (52.7%). Poco menos de la mitad la disponibilidad de recursos para obtener información (44%), la investigación de audiencias y mercados (43.7%), o la censura, por ejemplo, que resultó ser un factor de mucha influencia para más de cuarenta por ciento de los periodistas en México (41%). Lo importante de este rasgo es que tiene la más alta desviación estándar de los 30 factores ($DE=1.42$), lo que sugiere que estamos ante un aspecto diferenciador del trabajo periodístico alrededor del país, con periodistas que consideran a la censura como altamente influyente y otros que no.

Alrededor de un tercio de periodistas considera muy influyentes las expectativas de ganancia económica dentro de la empresa (37.3%), también con una alta desviación estándar ($DE=1.36$) la inequidad de género o racial dentro de los medios (37%) o las relaciones públicas (33.3%). Le siguen en la lista la influencia de compañeros de trabajo dentro del medio (29.3%), el Ejército, la policía y las fuerzas de seguridad (27.4%), las responsabilidades familiares (27.1%) y los anunciantes e intereses publicitarios (26.8%).

Los funcionarios de gobierno (23.1%), políticos (22.8%) y grupos civiles o turbas (22.8) resultaron ser influyentes para poco más de dos de cada diez periodistas, posiblemente indicando que, dado el contexto de alta complicidad prensa-poder e instrumentalización política que ha existido en el periodismo mexicano (Hughes, 2009; Márquez Ramírez, 2015) los periodistas no atribuyen directamente al poder político la mayor fuente de presión sino posiblemente de manera indirecta a través de las políticas editoriales. Asimismo, no parecen reconocer que la cobertura de eventos y rutinas de producción periodística también son altamente dependientes de las estructuras gubernamentales y oficiales, como han demostrado otros estudios (Márquez Ramírez, 2012).

Mientras tanto, al final de la Tabla 2.5.1 encontramos con que pese a la evidencia de que los reporteros trabajan en grupo y que las redacciones monitorean a otros, los colegas de otros medios son muy influyentes solamente para el 17.5 por ciento de los periodistas, los empresarios para el 16.7%, los amigos, conocidos y familiares para el 15.9% y las consideraciones religiosas, hasta el fondo, únicamente para el 13.9 por ciento.

Tabla 2.5.1: Percepción de factores de influencia en el trabajo periodística

Factor de Influencia	N	Porcentaje extremadamente o muy influyente	Media	Desviación Estándar
La ética periodística	376	93.4	4.54	.76
El acceso a la información	374	77.3	3.97	.99
La política editorial	371	74.4	3.95	1.02
Retroalimentación de la audiencia	375	69.1	3.89	.98
Sus jefes directos o editores	368	64.7	3.73	1.12
El dueño o dueños de su medio	367	63.8	3.72	1.30
Los altos directivos del medio	366	62.6	3.7	1.25
Plazos, cierres o restricciones de tiempo	367	57.8	3.56	1.16
Ambiente de inseguridad pública*	369	56.6	3.52	1.30
Relación con fuentes noticiosas	371	55.8	3.49	1.21
La legislación sobre medios	366	53.6	3.41	1.19
Sus valores y creencias personales	330	52.7	3.45	1.38
Disponibilidad de recursos para obtener información	352	44	3.12	1.28
Investigación de audiencias y mercados	348	43.7	3.18	1.23
La censura	354	41	3.03	1.42
Las expectativas de ganancia económica de la empresa	354	37.3	2.9	1.36
La inequidad de género o racial dentro de los medios*	346	37	2.88	1.36
Las relaciones públicas	369	33.3	2.95	1.23
Otros medios de la competencia	367	33	2.91	1.14
Sus compañeros de trabajo de su medio	355	29.3	2.72	1.2
El Ejército, la policía y	350	27.4	2.63	1.28

las fuerzas de seguridad				
Responsabilidades familiares*	350	27.1	2.56	1.36
Anunciantes e intereses publicitarios	354	26.8	2.64	1.32
Funcionarios de gobierno	359	23.1	2.51	1.28
Políticos	359	22.8	2.52	1.28
Grupos civiles (turbas)	359	22.8	2.68	1.14
Colegas de otros medios	360	17.5	2.38	1.14
Empresarios	360	16.7	2.38	1.17
Sus amigos, conocidos y familiares	345	15.9	2.19	1.19
Consideraciones religiosas	332	13.9	2.14	1.17

Pregunta: A continuación se indica una lista de potenciales fuentes de influencia. Indique, por favor, en una escala de 5 a 1 ¿cuánta influencia tiene cada una de ella en su trabajo? 5 significa que es extremadamente influyente, 4 significa que es muy influyente, 3 significa que es más o menos influyente, 2 significa que es poca influyente y 1 significa que no es influyente. Si la fuente de influencia no aplica en su trabajo, por favor, escoja la opción número 8.

* ítem propuesto y aplicado por el equipo mexicano como opcional

Pese a estos resultados, debe tomarse en cuenta que las desviaciones estándar son relativamente altas para la mayoría de los aspectos, lo que sugiere atención focalizada en futuras investigaciones hacia las fuentes de influencia precisas que condicionan el trabajo periodístico en distintas regiones del país o en diversos tipos de medio o sector informativo. Por ejemplo, pese a estar en la parte baja de la tabla, las responsabilidades familiares aparecen con una alta desviación estándar ($DE=1.36$) que sugiere que la influencia de este aspecto es muy variable entre los periodistas.

Los resultados en temas de interés para México como es la influencia de las fuerzas de seguridad como el Ejército y la policía ($DE=1.28$), los grupos civiles como turbas (1.14), y la censura que ya se mencionó, parecen reflejar el contexto de creciente violencia criminal en muchas regiones del país, pero la relativamente alta desviación estándar de estos factores también sugiere que aún se trata de fenómenos focalizados, al no tener el mismo grado de influencia para todos los respondientes.

Altos niveles de desviación estándar también se encuentran entre factores económicos como expectativas de ganancia de la empresa ($DE= 1.36$), así como anunciantes e intereses publicitarios ($DE=1.32$), que sugiere que no siempre esto es percibido como un factor de influencia en el trabajo. Por otra parte, uno de los aspectos con mayor índice de variación y desacuerdo es el de los valores y creencias personales de los periodistas ($DE=1.38$), sugiriendo que la subjetividad es un aspecto importante para el quehacer periodístico.

Analizados por separado, cada uno de los factores de influencia muestra un mosaico diverso y multidimensional de posibles condicionantes del trabajo periodístico, pero de forma agregada, aparece un panorama más concreto. A través de una prueba de Análisis Factorial Exploratorio, encontramos que cada uno de los aspectos analizados se agrupan en ocho grandes

Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

ámbitos de influencia⁸, a decir: 1) *Influencias sociopolíticas*, 2) *Grupos de referencia*, *Influencias organizacionales*, 4) *Influencias comerciales*, 5) *Regulación y marco legal*, 6) *Fuentes y audiencias*, 7) *Tiempo y Recursos* y 8) *Valores personales y éticos*.

El análisis muestra que sólo los primeros cuatro factores o componentes arrojados por el análisis factorial pueden ser utilizados dada los índices de consistencia buena o aceptable entre los ítems que constituyen a cada factor, por lo que se extrajo el promedio agregado de cada ámbito solamente de esos primeros cuatro factores para compararlos entre sí. La Tabla 2.5.2 muestra, en términos generales, cuáles son los ámbitos de mayor influencia en el trabajo periodístico. Encontramos particularmente interesante que el análisis factorial haya arrojado un primer factor que agrupa juntas las influencias relacionadas tanto con las instituciones políticas, como con las fuerzas policiacas y de seguridad, así como otras fuentes de riesgo como censura, multitudes y la percepción de inseguridad pública, lo que puede estar relacionado con el contexto de alto riesgo y violencia criminal que se vive en gran parte del país, en donde a los tres factores se les percibe juntos y como uno solo. Sin embargo, tomadas juntas, no son las fuentes que se perciben como de más presión para el trabajo periodístico, sino que las internas pesan más, como observamos en la siguiente tabla (2.5.2).

Tabla 2.5.2. Principales dimensiones de factores de influencia en el trabajo periodístico

Dimensiones de influencia*	N	Media	Desviación Estándar	Consistencia entre ítems (Alpha de Cronbach)	Varianza Explicada
----------------------------	---	-------	---------------------	--	--------------------

⁸ El factor *Influencias sociopolíticas* incluye los siguientes 8 ítems: funcionarios de gobierno, políticos, empresarios, multitudes, relaciones públicas, censura, El Ejército, policía y fuerzas de seguridad y el ambiente de seguridad pública; *Influencias grupos de referencia* incluye 6 ítems: colegas en otros medios, amigos y familiares, compañeros de trabajo, responsabilidades familiares, consideraciones religiosas y la inequidad de género. *Influencias organizacionales* incluye 4 ítems: jefes directos y editores, altos directivos de su medio, dueño o dueños de su medio y política editorial; *Influencias comerciales* incluye tres ítems: anunciantes e intereses publicitarios, expectativas de ganancia económica, e investigación en audiencias de mercado, *Regulación y Marco Legal* incluye 3 ítems: acceso a la información, legislación sobre medios y medios de la competencia ($\alpha=.53$, Varianza 6.52%); *Fuentes y Audiencias* consiste de los ítems: Retroalimentación de la audiencia y Relación con las fuentes ($\alpha=.525$, Varianza de 5.82%); *Tiempo y Recursos* de 2 ítems: Disponibilidad de recursos para obtener información y Plazos, cierres y restricciones de tiempo ($\alpha=.54$ y varianza de 5.34%); *Valores personales y éticos* de ética periodística y valores y creencias personales ($\alpha=.23$ Varianza de 4.69%). Los índices de Alfa de Cronbach (α) de consistencia interna y el porcentaje de varianza explicado por los primeros cuatro componentes se indica en la Tabla 2.5.2. Los factores arrojados por el análisis reflejan todos los ítems del cuestionario respecto de esta pregunta, por lo que puede haber ligeras variaciones con resultados reportados con anterioridad (Hughes et al, 2016; Hughes y Márquez Ramírez, 2017) en los que los análisis factoriales se basaron en menos ítems de la pregunta para hacerlos comparables.

Influencias Organizacionales	374	3.77	1	$\alpha=.86$	13.28%
Influencias Económico-Comerciales	367	2.90	1.09	$\alpha=.73$	11.08%
Influencias Socio-políticas	376	2.79	.93	$\alpha=.87$	10.33%
Influencias Grupos de Referencia	375	2.49	.85	$\alpha=.75$	7.05%

Pregunta: A continuación se indica una lista de potenciales fuentes de influencia. Indique, por favor, en una escala de 5 a 1 ¿cuánta influencia tiene cada una de ella en su trabajo? 5 significa que es extremadamente influyente, 4 significa que es muy influyente, 3 significa que es más o menos influyente, 2 significa que es poca influyente y 1 significa que no es influyente. Si la fuente de influencia no aplica en su trabajo, por favor, escoja la opción número *

* Método de extracción: Análisis de Componentes Principales, Rotación Varimax con Normalización Kaiser, Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestra (KMO) de .828 (Meritoria), y coeficiente de significación de $p<.000$

Observamos que, en conjunto, las influencias organizacionales —que como dijimos se constituyen por editores y jefes—aparecen como las de mayor influencia con una media de $M=3.77$, seguidas por las influencias comerciales ($M=2.90$), las influencias sociopolíticas ($M=2.79$) y finalmente los grupos de referencia ($M=2.49$), lo cuál muestra tanto que el periodista percibe mayor importancia a las influencias internas que externas (o de adentro hacia fuera) y que el trabajo periodístico está altamente jerarquizado en México, lo que revela mayor necesidad de hacer investigación académica dentro de las redacciones para revelar la naturaleza de estos procesos jerárquicos. Por otro lado, debido a que este estudio está basado en percepciones de los periodistas pero no en su práctica, estos resultados pudieran reflejar que otras fuentes de influencia —como las sociopolíticas—pueden estar altamente naturalizadas y por ello es necesario que futuras investigaciones enfatizen los aspectos tanto de la práctica periodística (rutinas) como del contenido periodístico para entender la jerarquía de las influencias en las redacciones (Shoemaker y Reese, 2013).

2.6. Orientaciones éticas

Uno de los aspectos que más ha interesado a los investigadores de las culturas periodísticas es la importancia que dan los periodistas a la ética periodística y su grado de adaptabilidad a las circunstancias, es decir, si los ideales éticos a los que se adhieren los periodistas son relativos o absolutos respecto del contexto y la experiencia personal. En ese sentido, como muestra la Tabla 2.6.1, una vasta mayoría de los periodistas en México estuvieron

de acuerdo con la postura de que los periodistas deberían adherirse siempre a códigos de ética independientemente de la situación o contexto (96%). Sin embargo, las variaciones de la oración en sentido inverso mostraron respuestas que parcialmente contradijeron la primera postura, pues la pregunta de si lo que es ético en periodismo puede variar dependiendo de la situación específica obtuvo casi el 60 por ciento de acuerdo; la frase de si lo que es ético depende de un juicio personal, el acuerdo fue de 45 por ciento y cuando se usó la expresión “circunstancias extraordinarias” bajó el acuerdo a 39.2 por ciento.

Sin embargo, para el caso de las tres variaciones de la pregunta inicial, es de notar que en esta batería de preguntas se presentaron los niveles de desviación estándar más altas del todo el cuestionario, sugiriendo que muchos periodistas sí creen que la ética periodística a veces puede depender del contexto y las circunstancias y otros, en congruencia con la postura inicial, no lo creen así. En otras palabras, aún si inicialmente casi la totalidad de los periodistas cree que deberían adherirse a códigos de ética profesional independientemente de contexto y circunstancias, entre un cuarenta y un sesenta por ciento al mismo tiempo, y contradictoriamente, también cree que lo ético puede variar dependiendo de situación específica, juicio personal y circunstancias extraordinarias. En cualquier caso, en una escala de uno a cinco, todas las frases tuvieron una media mayor a la mitad, y ninguna de ellas presentó una media que indicara total desacuerdo.

Tabla 2.6.1: Orientaciones éticas de los periodistas

	N	Porcentaje que está algo o muy de acuerdo	Media	Desviación Estándar
Los periodistas deberían siempre adherirse a códigos de ética profesional, independientemente de la situación y/o contexto	376	96.0	4.73	.58
Lo que es ético en periodismo puede variar dependiendo de la situación específica	374	59.4	3.36	1.44
Lo que es ético en periodismo es un asunto de juicio personal	376	44.9	3.00	1.50
Es aceptable dejar de lado estándares éticos si circunstancias extraordinarias así lo requieren	375	39.2	2.93	1.46

Pregunta: Las siguientes afirmaciones describen distintos enfoques hacia el periodismo. Por favor, indique qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de ellas. 5 significa que está muy de acuerdo, 4 que está algo de acuerdo, 3 significa que no se decide, 2 que está algo en desacuerdo y 1 que está muy en desacuerdo.

Una segunda batería de preguntas concerniente a la ética periodística evaluó el nivel de justificación a ciertas prácticas de reporteo y recolección de información consideradas como controversiales. Estos resultados arrojan más luz sobre cuáles serían las prácticas que se

Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

justifican siempre y cuáles en ocasiones, dependiendo contexto y circunstancias. (Tabla 2.5.2) Si bien las cifras parecen mostrar un escepticismo generalizado por la mayoría de éstas prácticas, un porcentaje menor de periodistas considera que algunas de ellas estarían siempre justificadas: el uso de documentos confidenciales tuvo el visto bueno de casi 17 por ciento de periodistas, el uso de cámaras y micrófonos ocultos por más del 13 por ciento, y el fingir el empleado de una organización para hacerse de información recibió el 12.5 por ciento, y dramatizar las noticias por medio de actores, el 11.2 por ciento. En cambio, el porcentaje para esas mismas prácticas aumentó significativamente entre periodistas que consideran que esas prácticas están justificadas en ocasiones.

Hay tres prácticas en particular que recibieron baja aprobación respecto de su justificación total, pero considerablemente más alta respecto de su práctica en ocasiones. Cuando se trata de hacerse pasar por alguien más, se cuadruplicó el porcentaje de quienes creen que se justifica en ocasiones respecto de los que lo justifican siempre. Muy pocos periodistas justificaron de manera total el pagar a personas por información confidencial (3.5%), pero el porcentaje es siete veces mayor entre quienes lo justifican en ciertas ocasiones. Una tendencia similar ocurrió con el uso de documentos personales sin permiso, que es justificada en ocasiones casi siete veces más de los que lo justifican siempre. Por otra parte, el mayor consenso y menor grado de relativismo se encontró en la parte baja de la tabla, al existir prácticas que recibieron muy baja aprobación por los periodistas (menos del cinco por ciento), trátese del contexto que se trate, como el caso de la publicación de contenido no verificado (3.7% lo justifica siempre y 4.2% en ocasiones), la alteración de fotografías (2.1% siempre y 2.9% en ocasiones), la alteración y fabricación de citas (2.7 siempre y 3.7 en ocasiones), y aceptación de dinero por parte de las fuentes (2.4% siempre y 3.5% en ocasiones). Este último rubro parecería constituir un panorama significativamente diferente al de décadas atrás, cuando el llamado “chayote” — sobres conteniendo dinero que eran repartidos a los reporteros en las instancias de gobierno al final de los eventos públicos—era una práctica naturalizada y aceptada en los medios nacionales y aún más en los regionales, en donde se cree que aún podría existir la práctica.

Un rasgo importante para el contexto mexicano que agregó y nuestro equipo es el de utilizar confesiones de personas acusadas de un delito mediante prácticas cuestionables (como por ejemplo tortura). Resultó ser una práctica siempre justificada para el 2.7 por ciento de los encuestados y en ocasiones justificada para el 7.2 por ciento, lo que implica que hay un sector de Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

periodistas que aún requiere ser capacitado en asuntos como el debido proceso y los procesos judiciales con perspectiva de Derechos Humanos.

Tabla 2.6.2. Justificación de métodos de reporte controversiales

Práctica	N	Porcentaje "siempre justificado"	Porcentaje "justificado en ocasiones"
Usar documentos confidenciales de empresas o del gobierno sin autorización	376	16.8	41.8
Usar cámaras o micrófonos ocultos	376	13.3	46.3
Hacerse emplear en una empresa u organización para acceder a información de primera mano	376	12.5	30.3
Recurrir a la re-creación o dramatización de las noticias por medio de actores	375	11.2	30.4
Hacerse pasar por alguien más	377	8.2	33.2
Ejercer presión sobre informantes no dispuestos a hablar para conseguir una historia	374	5.6	16
Publicar historias sin contenido verificado	377	3.7	4.2
Pagar a personas por información confidencial	375	3.5	25.6
Hacer uso de documentos personales como cartas o fotografías, sin permiso	375	2.9	19.2
Utilizar confesiones de personas acusadas de un delito obtenidas mediante prácticas cuestionables*	374	2.7	7.2
Alterar o fabricar citas textuales de las fuentes	376	2.7	3.7
Aceptar dinero de las fuentes	376	2.4	3.5
Alterar fotografías	377	2.1	2.9

Pregunta: Dada una historia importante ¿cuáles de las siguientes usted considera que pueden ser justificadas, y cuáles usted no aprobaría bajo ninguna circunstancia? 1 significa que siempre lo justificaría, 2 significa que lo justificaría en ciertas ocasiones, y 3 significa que no lo aprobaría bajo ninguna circunstancia.

2.7. Percepciones sobre cambio

Otro de los aspectos importantes para el estudio, era saber si los periodistas con más de cinco años de experiencia percibían que algunos factores de influencia pudieran haber aumentado con el tiempo. Por ejemplo, pudiera ser que hace cinco años algunos aspectos del trabajo no fueran tan importantes y ahora sí, o viceversa. O bien, que no se perciba cambio alguno. Predeciblemente, los factores relacionados con las transformaciones digitales y la relación con las audiencias encabezan la Tabla 2.7.1., especialmente la influencia de las redes sociales como Twitter o Facebook, cuya influencia se ha fortalecido mucho o algo para 9 de cada 10 periodistas (91.5%), así como la retroalimentación de la audiencia (85%), el involucramiento en la producción de contenido por parte de las audiencias (77.4%) y los blogs, videos y materiales que las mismas producen por casi tres cuartos de los periodistas (74.3). Es en estos aspectos donde observamos desviaciones estándar relativamente bajas, lo que sugiere un mayor consenso entre periodistas.

En contraste, observamos aspectos en los que algunos periodistas observan un incremento de la influencia del mismo al tiempo que otros una disminución. Por ejemplo, 69.3 por ciento de los encuestados cree que la influencia respecto de la formación educativa del periodista ha aumentado en los últimos cinco años mientras que 17.3 por ciento cree que se ha debilitado y el resto que no hay cambio. Este aspecto registró la más alta desviación estándar del grupo, sugiriendo que la formación del periodista es un asunto controversial y de muy variada importancia. Por otro lado, en el mismo tenor, tenemos que la influencia de los estándares éticos ha aumentado para 58.4 por ciento de los periodistas pero se ha debilitado para 21.6 por ciento de los mismos, lo que muestra que también es un aspecto de alto disenso. Mientras que algunos han visto la necesidad de poner más atención en los estándares ellos otros han visto relajada esa presión. Recordemos que la ética periodística había sido declarada como el aspecto más influyente del trabajo periodístico en baterías de preguntas anteriores, y que también había cierta tendencia hacia relativizar su puesta en práctica, lo que sugiere la necesidad de realizar más investigaciones exploratorias sobre la relación que guarda el periodista con determinados estándares éticos dependiendo de su tipo de trabajo.

Por otra parte, al fondo de la tabla 2.7.1 encontramos diversos tipos de presiones comerciales en los que un menor número de periodistas ha observado un aumento de influencia, como las relaciones públicas (56.4%), la investigación de audiencias y mercados (56.1%), anunciantes e intereses publicitarios (54.5%), presiones por expectativas y ganancias económicas (54%) o el sensacionalismo (52%). Esto significa que poco más de la mitad de periodistas observa un aumento en la presión de esos aspectos, mientras que el resto considera que no hay cambio o de hecho ha disminuido la presión. La relativamente alta desviación estándar y las medias por arriba de tres puntos sugieren que la situación varía en las redacciones. Dado que persiste el contexto de alta dependencia de la publicidad gubernamental como principal motor de financiamiento por parte de muchos medios regionales (e incluso nacionales), es posible que los periodistas no observen o no sean abiertamente conscientes de un aumento en estas presiones tal cual, o bien, no asimilen las mismas como distintas a las presiones políticas con las que lidian los medios de manera cotidiana, pues el Estado tiende a ser uno de los mayores anunciantes de la prensa mexicana.

Tabla 2.7.1. Percepción de cambio en influencia de diversos factores entre periodistas con cinco años o más de experiencia

Importancia de aspectos del trabajo periodístico	N	% Se ha fortalecido mucho o algo	% Se ha debilitado mucho o algo	Media	Desviación Estándar
Redes sociales como Twitter o Facebook	305	91.5	2.3	4.55	.76
La retroalimentación de la audiencia	306	85	2.3	4.28	.79
Involucramiento de la audiencia en la producción de noticias	305	77.4	3.3	4.11	.86
Blogs, video, y otro material producido por audiencias	303	74.3	5	4.12	.94
La competencia	305	73.1	6.9	4.04	1
La formación educativa del periodista	306	69.3	17.3	3.84	1.29
Estándares éticos	305	58.4	21.6	3.57	1.26
Las relaciones públicas	303	56.4	7.9	3.68	0.93
Investigación de audiencia y mercado	301	56.1	13	3.65	1.08
Anunciantes e intereses publicitarios	303	54.5	14.2	3.55	1.07
Presiones por expectativas y ganancias económicas	302	54	12.9	3.56	1.08
El sensacionalismo	303	51.2	19.5	3.5	1.23

Pregunta formulada a periodistas con 5 años de experiencia o más: La importancia de algunos aspectos en su trabajo pudo haber cambiado con el tiempo. Por favor, en una escala de 1 a 5 indique: en los últimos cinco años, ¿En qué medida se ha fortalecido o debilitado la influencia de los siguientes factores en su trabajo? 5 significa que se ha fortalecido mucho, 4 que se ha fortalecido en algo, 3 que no hay cambio, 2 que se ha debilitado en algo y 1 que se ha debilitado mucho

De manera agregada a partir de un análisis factorial exploratorio, se obtuvieron tres grandes dimensiones de cambio de influencia⁹: audiencias, normas personales, y comercialismo. Observamos en la Tabla 2.7.2 que de manera combinada, los factores respecto de la influencia de las audiencias y sus productos —especialmente a partir de la digitalización—ha aumentado considerablemente respecto de los otros dos ámbitos, con la media más alta en una escala de cinco puntos (M=4.27). Las normas personales son la segunda área donde se percibe más aumento de la influencia, aunque la alta desviación estándar sugiere mucha variación de respuestas. Finalmente es el comercialismo el que comparativamente registró menor percepción de aumento de influencia en el trabajo periodístico, aunque la media (M=3.67) y la desviación estándar sugieren que aún así los periodistas perciben que su influencia se ha fortalecido, más que disminuido.

⁹ La dimensión *Cambio en el Impacto de Audiencias* incluye los ítems: involucramiento de la audiencia en la producción de noticias, retroalimentación de las audiencias, blogs, video y otro material producido por audiencias, y redes sociales como Twitter o Facebook. La dimensión *Cambio en el Impacto de Valores Normativos* incluye los ítems: Formación educativa del periodista y Estándares Éticos; y la dimensión *Cambio en el Impacto del Comercialismo* incluye los ítems: Anunciantes e intereses publicitarios, Presiones por expectativas y ganancias económicas, La competencia, Las relaciones públicas, Investigación de audiencia y mercados, y El sensacionalismo.

Tabla 2.7.2. Dimensiones Agregadas de Percepciones de Cambio entre periodistas con cinco años o más de experiencia

Aspecto de cambio	N	Media	Desviación Estándar	Consistencia entre ítems (Alpha de Cronbach)	Varianza Explicada
Impacto de la Audiencia	306	4.27	.64	$\alpha=.74$	20.64%
Normas Personales	306	3.71	1.16	$\alpha=.69$	19.7%
Comercialismo	306	3.67	.67	$\alpha=.79$	15.7%

Pregunta formulada a periodistas con 5 años de experiencia o más: La importancia de algunos aspectos en su trabajo pudo haber cambiado con el tiempo. Por favor, en una escala de 1 a 5 indique: en los últimos cinco años, ¿En qué medida se ha fortalecido o debilitado la influencia de los siguientes factores en su trabajo? 5 significa que se ha fortalecido mucho, 4 que se ha fortalecido en algo, 3 que no hay cambio, 2 que se ha debilitado en algo y 1 que se ha debilitado mucho

* Método de extracción: Análisis de Componentes Principales, Rotación ortogonal con método Varimax con Normalización Kaiser, Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestra (KMO) de .755 (acceptable), y coeficiente de significación de $p<.000$

Otra pregunta asociada a los cambios explora qué tanto perciben los periodistas que ha aumentado o disminuidos ciertos aspectos relacionados al trabajo periodístico en los cinco años anteriores a la aplicación de la encuesta (Tabla 2.7.3). Nuevamente, observamos una mezcla de aspectos que sugieren que hay elementos clave que están transformando el ecosistema periodístico de manera vertiginosa. Al menos nueve de cada diez periodistas (95.1%) percibe mayor uso de buscadores de internet. Alrededor de ocho de cada diez percibe mayor importancia de habilidades técnicas (84.3%) y de tener un grado universitario (78.8%), reflejando una valoración generalizada de la educación profesional, aún si el porcentaje que considera que ese título debe ser en periodismo o comunicación es menor (64.7%). Un dato preocupante es que el 74.8 por ciento de los periodistas considera que sus horas de trabajo han aumentado, como fruto, quizás, de las mayores demandas que ha generado los cambios tecnológicos y la interacción de los periodistas con sus audiencias, donde también se percibe un gran incremento (68.3%). Sin embargo, paradójicamente, cuatro de cada diez periodistas también perciben que ha aumentado el tiempo para investigar y documentar historias (42.6%), aún cuando el 31.9 por ciento considerar lo contrario: que ha disminuido el tiempo, posiblemente como reflejo de las sobrecargas de trabajo que suelen tener, como ya se ha establecido en las primeras secciones de los resultados de este estudio. Aún así, el relativamente alto número de periodistas que cree tener más tiempo para documentar e investigar pudiera sugerir que los periodistas han interpretado la

pregunta como una forma de decir que tienen menos excusas para investigar las noticias al tener un mayor número de recursos digitales a la mano.

Los aspectos que generaron el menor consenso los encontramos al fondo de la Tabla 2.7.3. Poco más de la mitad de los periodistas (53.6%) considera que ha aumentado la libertad del periodista para tomar decisiones editoriales, pero alrededor de un quinto (19.9%) considera lo contrario, que ha disminuido. En todo caso, como hemos demostrado en estudios asociados a esa encuesta (Hughes et al, 2016), la mayor autonomía periodística en México parece estar asociada a determinadas características, como se demostró con regresiones lineales sobre variables predictoras de autonomía para predecir y publicar noticias. La experiencia mayor a diez años y la adhesión a la función de agente analítico de cambio son los mayores predictoras de autonomía para producir noticias, es decir, para escoger los ángulos de las noticias y trabajarla como se desea. La autonomía para *publicar* noticias, en cambio, está asociada a poseer un más alto rango y jerarquía en la redacción –debido a su poder de decisión—y a adherirse a la función vigilante del periodismo (Hughes et al, 2016)

Continuando con la batería sobre aumento o disminución de ciertos factores (Tabla 2.7.3), encontramos que la más alta desviación estándar y grado de disenso gira alrededor de las percepciones sobre la credibilidad del periodismo. Mientras el 56.7 por ciento cree que ha aumentado –revelando una perspectiva optimista sobre su ocupación, el 20.3 por ciento cree que de hecho, ha disminuido. Posibles líneas de investigación a futuro pudieran explorar la posible relación entre satisfacción laboral y percepción sobre la credibilidad del periodismo, o bien entre dicha percepción de aumento de credibilidad, la adhesión a las funciones de cambio social y de vigilancia al poder, y la puesta en práctica de dichas funciones en el contenido noticioso.

Tabla 2.7.3. Percepción de cambios (aumento o disminución) entre periodistas de cinco años o más de experiencia

Aspecto del trabajo periodístico	N	% que dijo Ha aumentado mucho o algo	% que dijo ha disminuido mucho o algo	Media	Desviación Estándar
El uso de buscadores de Internet	305	95.1	1.3	4.68	.64
La importancia de las habilidades técnicas	306	84.3	2.9	4.32	.83
La importancia de tener un grado universitario	306	78.8	7.2	4.22	1.01
Las horas promedio de trabajo del periodista	305	74.8	5.9	4.14	.97
Interacción de los periodistas con sus audiencias	306	68.3	8.5	3.9	.98
La relevancia del periodismo para la sociedad	304	66.1	13.5	3.83	1.06
La relevancia de tener un título en periodismo o comunicación	306	64.7	10.8	3.85	1.1

La credibilidad del periodismo	305	56.7	20.3	3.62	1.24
La libertad del periodista para tomar decisiones editoriales	306	53.6	19.9	3.44	1.15
El tiempo disponible para investigar y documentar historias	305	42.6	31.9	3.2	1.23

Pregunta solo para periodistas con cinco años o más de experiencia: Pregunta: El periodismo está en un estado de constante cambio. Indique si ha habido un incremento o disminución en los siguientes aspectos del trabajo periodístico en México: 5 significa que ha aumentado mucho, 4 que ha aumentado algo, 3 que no ha habido cambio, 2 que ha disminuido algo y 1 que ha disminuido mucho

Una batería similar propuesta por el equipo mexicano (Tabla 2.7.4), se aplicó a todos los periodistas en México --independientemente de sus años de experiencia--. La batería quería dar cuenta de nuevos aspectos no incluidos en los ítems anteriores y asociados a los ambientes de hostilidad, violencia y agresiones contra periodistas, es decir, a los ambientes sociopolíticos y de las especificidades de la cultura periodística mexicana no reflejados en las preguntas anteriores. Respecto de los climas de violencia y agresión a periodistas, hay una percepción generalizada de aumento de los crímenes contra periodistas (85.3%), la inseguridad pública en general (84.2%), la autocensura (67.1%), ataques de multitudes (65.6%) y de políticos (63.7%) a los periodistas, así como de polarización económica o política (62.7%). También hay un segmento importante de encuestados que cree que ha aumentado otras formas de censura (44.6%), la censura dentro de su medio (42.4%) las presiones del gobernador del Estado (55.2%) y del presidente (43.6%) a los periodistas, mientras que se percibe aumento en leyes regulatorias (56.1%) pero también un mayor acceso a la información por medio de leyes de transparencia (66.4%) y facilidades para ejercer periodismo de investigación (39.7%), aunque para este último aspecto un segmento de tamaño parecido considera lo opuesto, que han disminuido (34.1%). Hay percepción de aumento en noticias basadas en redes sociales (80.5%), presiones de rating, lectoría y tráfico web (71.4%) y aumento en el periodismo de información oficial basado en declaraciones y boletines (56.7%).

Esta batería es interesante porque, pese a que los resultados confirman otros estudios poco optimistas respecto de la ocupación (Del Palacio, 2015), también muestra pequeñas áreas de mejora y de esperanza, que ameritan más atención académica y longitudinal para medir cambios a lo largo del tiempo (Tabla 2.7.4). Por ejemplo, alrededor de un quinto de los periodistas considera que han disminuido la censura dentro del medio (22.4%), otras formas de censura (21.9%) o los ataques del presidente contra los periodistas (18.2%), lo que pudiera ser un indicio de que, comparativamente con décadas anteriores, existe una élite de periodistas de gran calidad que, con el apoyo de su medio, ejerce y materializa las funciones de vigilancia y llamado a rendición de cuentas.

Tabla 2.7.4. Percepción de cambio (aumento o disminución) de aspectos del trabajo periodístico en México

Aspecto	N	% Ha aumentado mucho o algo	% Ha disminuido mucho o algo	Media	Desviación Estándar
Crímenes contra periodistas o ataques de la delincuencia organizada	368	85.3	5.7	4.45	.96
La inseguridad pública en general	374	84.2	6.1	4.36	.92
Noticias basadas en redes sociales	374	80.5	6.4	4.14	.95
Presiones de rating, lectoría o tráfico web	374	71.4	5.1	3.94	.9
Autocensura	371	67.1	7.5	3.95	1.04
Acceso a la información por medio de leyes de transparencia y acceso a la información	375	66.4	13.3	3.73	1.07
Ataques de multitudes contra periodistas	366	65.6	11.2	3.87	1.12
Ataques de políticos a periodistas	369	63.7	13.3	3.83	1.11
Polarización económica o política	373	62.7	8.8	3.73	.93
Periodismo de información oficial (declaraciones, boletines)	374	56.7	12.3	3.66	1.06
Leyes regulatoria sobre medios	369	56.1	9.2	3.63	.94
Presiones del gobernador del Estado a los periodistas	364	55.2	14	3.68	1.17
Otras formas de censura	361	44.6	21.9	3.28	1.16
Presiones del presidente a los periodistas	362	43.6	18.2	3.38	1.12
Censura dentro de su medio	370	42.4	22.4	3.25	1.16
Facilidades para ejercer el periodismo de investigación	375	39.7	34.1	3.06	1.26

Pregunta aplicada a todos los periodistas: El periodismo está en un estado de constante cambio. Indique si ha habido un incremento o disminución en los siguientes aspectos del trabajo periodístico en México: 5 significa que ha aumentado mucho, 4 que ha aumentado algo, 3 que no ha habido cambio, 2 que ha disminuido algo y 1 que ha disminuido mucho

Para saber cómo se comparan de manera agregada estos aspectos, un análisis factorial exploratorio para extraer dimensiones entre los ítems afines en esta última batería de percepciones de incremento en ciertos aspectos del trabajo arrojó cuatro componentes¹⁰: 1)Violencia contra periodistas, 2)Censura y presiones, 3)Presiones Externas y 4) Condiciones para periodismo de Calidad. Sin embargo, sólo las dos primeras tuvieron una consistencia aceptable entre los ítems constitutivos, por lo que se exponen a continuación.

Tabla 2.7.5. Percepciones de incremento o disminución de factores agregados de presión

¹⁰ El componente *Violencia contra periodistas* se constituye de cuatro ítems: Crímenes contra periodistas, Ataques de multitudes vs. periodistas, Inseguridad pública, Ataques de políticos vs. periodistas y Autocensura; *Censura y presiones* se compone de Censura dentro de su medio, Otras formas de Censura, Presiones del gobernador del Estado hacia los periodistas, Presiones del presidente a los periodistas; el componente *Aspectos Externos* concentra: Leyes regulatorias sobre medios, Presiones del rating, lectores y tráfico web, y la Polarización económica y social (Alpha de Cronsbach de $\alpha=.662$, Varianza explicada 12.3%); mientras que el último componente, *Condiciones para Periodismo de Calidad* incluye los ítems: Facilidades o condiciones para ejercer el periodismo de investigación y Acceso a la información Pública por medio de leyes de transparencia (Alpha de Cronsbach de $\alpha=.512$, Varianza explicada 9.83%). Los índices de consistencia interna y porcentaje de varianza de los primeros dos componentes se ilustran en la tabla 2.7.5.

Aspecto del trabajo periodístico	N	Media	Desviación Estándar	Consistencia entre ítems (Alpha de Cronsbach)	Varianza Explicada
Violencia contra periodistas	376	4.09	.78	$\alpha=.789$	17.7%
Censura y presiones políticas	376	3.4	.88	$\alpha=.759$	16.7%

Pregunta aplicada a todos los periodistas: El periodismo está en un estado de constante cambio. Indique si ha habido un incremento o disminución en los siguientes aspectos del trabajo periodístico en México: 5 significa que ha aumentado mucho, 4 que ha aumentado algo, 3 que no ha habido cambio, 2 que ha disminuido algo y 1 que ha disminuido mucho

* Método de extracción: Análisis de Componentes Principales (PCA) con rotación ortogonal Varimax con Normalización Kaiser, Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestra (KMO) de .785 (aceptable), y coeficiente de significación de $p=.000$

Podemos concluir con esta tabla que de manera combinada, los ítems agrupados en la dimensión Violencia contra periodistas (crímenes y ataques de turbas, políticos, ambiente de inseguridad y autocensura) reportan una mayor percepción de aumento que incluso formas de agresión más sutiles como las presiones (de funcionarios) u otras formas de autocensura, ambos aspectos con baja desviación estándar combinada, lo que sugiere una opinión generalizada de estos temas. Estas percepciones explicarían las medidas adoptadas ante la percepción de riesgo e inseguridad que explicaremos en la siguiente sección.

2.8. Amenazas y medidas de seguridad

Uno de los aspectos clave del estudio es explorar algunas de los efectos del creciente ambiente de violencia y hostilidad al que se enfrentan los periodistas en México cotidianamente. La historia de la ocupación periodística en México da numerosas muestras de episodios de censura, agresiones, y otras formas de intimidación hacia medios y periodistas críticos o que no se ajustaron a la complicidad prevaleciente entre muchos medios y el poder político. Por tanto, es sustantivo explorar si con la consolidación del crimen organizado y la violencia criminal como un factor de riesgo para el trabajo periodístico las fuentes de amenaza se han multiplicado, si el crimen organizado ha suplantado al poder político como el máximo factor de riesgo para los periodistas, o si lo continúa siendo, como parecen sugerir los múltiples reportes de agresiones contra periodistas publicados por organizaciones y activistas (Artículo 19, 2016).

Los resultados (Tabla 2.8.1) muestran un panorama relativamente parejo. Para empezar, cuatro de cada diez periodistas ha sido amenazado (40.3%), y tres cuartas partes (75%) de los

que dieron respuesta afirmativa (equivalente a casi un tercio del total de los encuestados) han sido amenazados más de dos veces. De entre ellos, el 42.7 por ciento atribuyeron las amenazas a una noticia o tema relacionado con el crimen organizado, el 34.9 por ciento con una noticia política y el 2.6 una noticia de carácter económico. El resto de los periodistas dijo haber recibido amenazas relacionadas con una combinación de dos o más de los anteriores.

Tabla 2.8.1. Reporte de amenazas y su origen

Número de amenazas *	N	Frecuencias	% dentro de amenazados	% del total de encuestados
No ha recibido amenazas	377	225	-	59.7
Sí ha recibido amenazas	377	152	100	40.3
Amenazado (a) una vez	377	38	25	10.1
Amenazado(a) dos veces o más	377	114	75	30.2
Origen de la amenaza **				
Noticia sobre crimen organizado	152	65	42.8	17.2
Noticia política	152	53	34.9	14.1
Noticia económica	152	4	2.6	1.1
Otro origen o combinación	152	30	19.7	8

* **Pregunta:** ¿Ha recibido usted amenazas por su trabajo del año 2000 a la fecha?

** **Pregunta:** el origen de la amenaza fue una noticia...

Otra pregunta asociada a los climas de violencia y agresiones contra periodistas ha querido analizar las medidas de seguridad y prevención que han tomado los periodistas en los últimos cinco años. Los periodistas debieron contestar ‘sí’ o ‘no’ a once posibles medidas, y posteriormente contestar a pregunta abierta si hubieran tomado algún otro tipo de medida. Esta batería de preguntas no es excluyente, por lo que un mismo encuestado puede haber tomado una o más. En los resultados de la Tabla 2.8.2 se observa que las medidas relacionadas con la censura o precaución al reportar encabezan la lista. Por ejemplo alrededor de nueve de cada diez periodistas (91.2%) dice que desde entonces pone más cuidado en la exactitud de hechos potencialmente sensibles. Poco más de dos tercios de los encuestados (67.4%) dijo haberse autocensurado ante temas potencialmente sensibles. Un poco menos de esa cifra (64.2%) se ha retirado del lugar de los hechos y casi cada seis de diez periodistas (57.3%) se ha debido someter a la censura impuesta de su medio sobre información potencialmente sensible. Poco más de la mitad (50.3%) le ha ocultado información a colegas poco confiables dentro de su medio y cuatro de cada diez (41%) ha debido publicar información sin crédito a sí mismo. Poco más de un Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

quinto no ve salida a sus historias en su propio medio ha debido filtrarle ideas o historias a medios internacionales (22.8%) y otro tanto (21.7%) ha publicado en el extranjero. Un porcentaje parecido (20.1%) ha pensado en auto-exiliarse y vivir fuera de la ciudad o país, mientras que poco menos de un quinto (18.7%) de encuestados ha tenido que publicar su información de manera anónima en redes sociales. También vemos que la medida menos utilizada es el uso de chaleco antibalas y otros equipos de protección (8.2%). Se trata, por tanto, de medidas que por un lado, no sólo limitan la libertad de expresión de los periodistas y el acceso a la información por parte de los ciudadanos sino que también restringen la posibilidad de conocer información vital de primera mano y además limitan el crecimiento profesional y la conquista de la autonomía de los periodistas al negarles la posibilidad de publicar y firmar su información.

Tabla 2.8.2. Medidas de protección tomadas en los últimos cinco años (pregunta cerrada)

Medida de seguridad	N	Frecuencias	% del total que dijo "sí"
Poner mayor cuidado en la exactitud de los hechos en temas potencialmente sensibles	373	340	91.2
Autocensura sobre información potencialmente sensible	371	250	67.4
Retirarse del lugar de los hechos (pero seguir reportando)	371	238	64.2
Someterse a la censura del medio frente a información potencialmente sensible	368	211	57.3
Ocultar información a colegas no confiables o sospechosos dentro de la propia redacción	372	187	50.3
Publicación anónima de noticias (sin crédito al autor)	373	153	41
Filtración de historias o ideas a agencias internacionales	373	85	22.8
Otras medidas (Respuesta abierta)*	377	90	23.8
Publicar historias en el extranjero	374	81	21.7
Pensar en auto-exiliarse a otro país o ciudad en el país	373	75	20.1
Publicar anónimamente en redes sociales	374	70	18.7
Uso de chaleco antibalas y otros equipos de protección	378	31	8.2

Pregunta: ¿Durante los últimos cinco años, ha tomado usted cualquiera de las siguientes medidas para protegerse de ataques de delincuentes o multitudes?

Por otra parte, en esta batería también se obtuvo una riqueza de información a partir de las respuestas espontáneas que dijeron los periodistas sobre medidas de protección y seguridad adoptadas en los últimos cinco años. A través de estas respuestas (Tabla 2.8.3) es posible dilucidar los ámbitos específicos que les preocupan, ya sea dentro de su trabajo y fuera de él. Se obtuvieron 89 respuestas abiertas que mencionaron 115 menciones de prácticas o medidas concretas —algunos encuestados mencionaron más de una medida en la misma respuesta—. Por

ejemplo, un periodista dijo que cambiaba su número de teléfono y además cambiaba sus rutas hacia el trabajo constantemente. En una segunda fase, se evaluaron todas las menciones y se revisaron los patrones emergentes entre las respuestas y se agruparon en trece categorías claramente observables.

Tabla 2.8.3. Medidas de protección tomadas en los últimos cinco años (respuesta abierta)

Estrategia de seguridad (mención espontánea)	# de menciones	Ejemplos de respuesta
Medidas ante temas e información sensible	18	<ul style="list-style-type: none"> - Ya no se cubren ejecuciones o delincuencia en general. - Mantenerme discreto de algo que no conozco como temas de crimen organizado - No tocar a ciertos funcionarios políticos - No indagar mucho en temas sensibles - Cambio de fuente por cuestiones de seguridad
Cambio de rutas y rutinas de movilidad y traslado	15	<ul style="list-style-type: none"> - Cambiar rutas hacia el domicilio y el trabajo - Revisar si alguien la sigue por automóvil
Seguridad digital y precaución en uso de tecnología	15	<ul style="list-style-type: none"> - Privacidad en Redes Sociales - No contestar llamadas telefónicas de números desconocidos - Cambiar de teléfono constantemente
Cambio en rutinas de vida personal, social y familiar	11	<ul style="list-style-type: none"> - Evitar hacer vida nocturna, como cantinas, bares y restaurantes - Tener discreción en sus actividades para proteger a su familia
Cambio de estrategias, ubicación y horarios de trabajo	9	<ul style="list-style-type: none"> - Resguardarte o apagar luces durante transmisión - Entrevistarse con fuentes en sitios seguros - No cubrir sucesos después de las 8 de la noche
Redes de seguridad con familiares, amigos y colegas	8	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre informar si se va a salir de la ciudad para realizar alguna cobertura y mantenerse en constante comunicación con la redacción - Red de confianza
Trabajar en equipo	8	<ul style="list-style-type: none"> - Reportar en grupos con compañeros de otros medios - No ser los primeros a cubrir notas del crimen, sino esperar a que los demás medios lleguen para reportar en grupo - Compartir información en momentos críticos
Estrategias de anonimato o minimizar identidad	7	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar enlaces sin reporteros a cuadro. - No usar uniforme o automóvil de la empresa para evitar ser identificado - No portar gafete de prensa
Recurrir a leyes, autoridades e instituciones	7	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener contacto directo con autoridades - Avisar a organismos de derechos humanos amenazas en mi contra. - Resguardo de militares en redados
Capacitación y protocolos	6	<ul style="list-style-type: none"> - Protocolo de seguridad - Cursos de capacitación en Procuraduría
Hacerse de equipo o personal de protección	4	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de escolta - Un gas protector
Protección de datos personales	4	<ul style="list-style-type: none"> - En el teléfono no aparecen los nombres de la familia, por protección personal - No doy datos personales o familiares - Cuidadoso con la entrega de datos personales
Exilio, asilo o cambio de ciudad	3	<ul style="list-style-type: none"> - Pedir asilo - Irse a vivir a la frontera

Pregunta: ¿Durante los últimos cinco años, ha tomado usted alguna otra medida para protegerse de ataques de delincuentes o multitudes?

Los resultados muestran que la categoría más mencionada (N=18) espontáneamente implicó medidas tomadas por redacciones o individuos con respecto a la información sensible, desde dejar de cubrir ejecuciones o delincuencia en general, como cambios de fuente, y en general tener mucho cuidado con la información y las personas a las que se involucre. Otro patrón de respuestas que hallamos fueron en relación a los cambios de rutinas, y rutas de movilidad y traslado (N=15), es decir, medidas que se toman antes, durante y después del trabajo, como por ejemplo ir vigilante de que no le sigan, no caminar sola por la calle de noche, etc. También referente al cambio de rutinas pero esta vez en el terreno más personal, encontramos menciones (N=11) que han implicado para los periodistas disminuir su vida social, fortalecer sus lazos familiares o mantener un perfil personal más bajo. Encontramos otro importante número de menciones (N=15) en la categoría de seguridad digital y precaución en el uso de tecnología y telefonía. Ya sea que algunos periodistas han debido bajar su perfil en redes sociales o bien mantenerlo privado, cambiar de número de teléfono, tener solamente los contactos mínimos, y en general tener más cuidado en los rastros de información que van dejando. Encontramos también otras dos estrategias asociadas a la protección de la identidad. Es la protección de datos personales que han mencionado los periodistas (N=4) para evitar ligar su identidad a su trabajo o a la de sus familiares. La otra es la de minimizar la asociación del periodista con el medio para el que se trabaja (N=7) al ya no portar gafetes, rótulos en automóviles o vestuario que los haga fácilmente identificables como empleados de un medio y por tanto potenciales blanco de ataques.

Otro tema recurrente es que los periodistas han aprendido a tejer redes solidarias de trabajo, primero para mantener a jefes, colegas, familiares y amigos al tanto de la ubicación, itinerario y rutas (N=8), como para trabajar en equipo y caravana en situaciones potencialmente peligrosas o de riesgo (N=8) lo que sugiere que el círculo inmediato de los periodistas está siendo un importante bastión de soporte para sentirse más seguros.

Finalmente, las medidas preventivas y de seguridad más explícitas que encontramos son la de tomar capacitación o establecer protocolos (N=6), hacerse de equipo o personal de protección (N=4), recurrir o resguardarse con las autoridades o marco legal (N=7), y cuando nada de eso parece funcionar, optar por el cambio de residencia o asilo (N=3).

La adopción de estas medidas por parte de los periodistas revela contextos en lo que las prácticas periodísticas se están debiendo transformar en detrimento del acceso ciudadano a la información y principalmente de la integridad de los periodistas.

2.9. Confianza institucional

Una crisis de credibilidad y confianza generalizada en las instituciones gubernamentales y de procuración de justicia y seguridad, así como un ambiente en el que prevalece un débil estado de derecho se reflejan en los escasos índices de confianza institucional que muestran los periodistas en México. Ninguna institución política y gubernamental alcanzó la confianza de al menos la mitad de los periodistas, pues los índices de confianza para al menos ocho actores políticos de la lista son menores al 15 por ciento. En la cima de la tabla, encontramos los tres ítems introducido por el equipo mexicano. Primero tenemos al propietario(a) del medio, en el que dijeron confiar mucho o totalmente un 67 por ciento de periodistas con una media de $M=3.77$, aunque un 12.7 por ciento dijo tener poca o ninguna confianza en el propietario de su medio. Sin embargo, la desviación estándar sugiere que esta confianza es variable entre los periodistas. En segundo sitio aparecen los compañeros de trabajo dentro del propio medio, que gozan de mucha o total confianza del 64.6 por ciento de los periodistas ($M=3.78$) aunque casi un siete por ciento tiene poca o ninguna confianza en sus compañeros. En tercer lugar, ubicamos a los organismos de derechos humanos, pues poco más de la mitad (54.7%) dijo tenerles total o mucha confianza y un 13.9 por ciento dijo tenerles poca o ninguna. Los medios informativos en general gozaron de total o mucha confianza de casi cuatro de cada diez periodistas (39.6%) aunque el 13.5 por ciento no les tiene confianza. Esta cifra resulta paradójica e ilustrativa respecto de ítems anteriores acerca de la división mental que se hace entre el periodista como individuo y los medios informativos en conjunto. En apariencia parece haber más confianza en compañeros y propietarios que en los medios en general, aunque las cifras de confianza en compañeros y propietario del medio pudieran ser mero reflejo del contexto mismo de la encuesta, que ocurría frecuentemente al interior de sus propias redacciones.

A partir de ahí, la confianza en otras instituciones está por debajo de los tres puntos (que significa: alguna confianza). Sólo un tercio de los periodistas (29.3%) confía plenamente en los

Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

militares, pero casi cuatro de cada diez (37.9%) desconfían de ellos. Aún así, son los actores del Estado que más respaldo y menos rechazo obtuvieron en comparación con otros organismos y actores. Es de notar que la desviación estándar de la confianza en los militares es de las más altas de la Tabla 2.9.1, con lo que se muestra que esa confianza es variable y pudiera deberse a factores asociados con el contexto local y el protagonismo adquirido por la institución castrense a raíz de la escalada de violencia del crimen organizado alrededor del país.

Casi la mitad de los periodistas (46.2%) desconfía del Congreso y sólo le confía el quince por ciento. El gobierno en general tiene la desconfianza de poco más de la mitad de los periodistas (51.2%) y sólo 13.4 por ciento le confían. Los líderes religiosos obtuvieron aún mayor índice de desconfianza que el gobierno o el Congreso, con un 54.2 por ciento de desconfianza y un doce por ciento de total confianza.

Al sistema judicial le tiene mucha o absoluta confianza solamente uno de cada diez periodistas (9.9%) pero seis de cada diez (61.4%) desconfían de él. La policía resultó una de las instituciones que más desconfianza genera a los periodistas, pues casi tres cuartas partes de los encuestados (73.5%) le dio su confianza en contraste con el 6% que le respalda.

Los tres últimos lugares de la tabla los ocupan los sindicatos, los políticos y sus partidos, con un 5.1, 3.8 y tres por ciento de confianza, respectivamente. En contraste, de los sindicatos desconfía el 69.7 por ciento de los periodistas, mientras que tres cuartas partes de los periodistas desconfían de los políticos en general y casi ocho de cada diez (79%) de los partidos. Las desviaciones estándar relativamente bajas sugieren un gran consenso entre los periodistas en su nivel de desconfianza hacia los políticos, posiblemente como reflejo de una percepción de altos niveles de corrupción e ineficiencia gubernamental.

Tabla 2.9.1. Confianza de los periodistas en actores e instituciones en diversos campos

Institución	N	% total o mucha confianza	% poca o ninguna confianza	Media	Desviación Estándar
El propietario del medio*	370	67	12.7	3.77	1.09
Compañeros de trabajo dentro del medio*	373	64.6	6.9	3.78	.88
Las organizaciones de derechos humanos*	375	54.7	13.8	3.5	.92
Los medios de comunicación informativos	371	39.6	13.5	3.31	.85
Los militares	372	29.3	37.9	2.85	1.15
El Congreso	374	15	46.2	2.56	1.03
El gobierno	373	13.4	51.2	2.45	1.01
Los líderes religiosos	374	12	54.2	2.38	1.05

El sistema judicial	373	9.9	61.4	2.23	1
La policía	373	5.9	73.5	1.93	.94
Los sindicatos	373	5.1	69.7	1.97	.94
Políticos en general	372	3.8	75	1.93	.86
Los partidos políticos	372	3	79	1.83	.84

Pregunta: Por favor, en una escala de 5 a 1, indique qué tanta confianza tiene, personalmente, en cada una de las siguientes instituciones. 5 significa que usted tiene total confianza, 4 que tiene mucha confianza, 3 que alguna confianza, 2 significa que tiene poca confianza, y 1 significa ninguna confianza

* ítems propuestos y aplicados por el equipo mexicano

Para calcular la media de confianza institucional de actores agrupados, un análisis factorial arrojó tres componentes de ítems afines entre sí: el primer componente, relativo a los *actores estatales y fuerzas de seguridad*, estuvo compuesto por el gobierno, la policía, el Congreso, el sistema judicial, los políticos en general, los partidos políticos y los militares¹¹. Este componente fue el único de los tres con un alto índice de consistencia interna ($\alpha=.855$) y por tanto, el único del que se obtuvo una variable compuesta o latente. Los resultados muestran que la confianza promedio de los siete actores gubernamentales de la lista es de $M=2.25$, es decir, de poca a ninguna. La desviación estándar relativamente baja ($DE=.71$) sugiere que el nivel de desconfianza institucional hacia el gobierno, sus actores e instituciones es generalizado entre los periodistas.



Pregunta: En cuestiones políticas, la gente suele hablar de izquierda, derecha y centro. En una escala donde cero es la izquierda, diez la derecha y cinco es el centro, ¿en dónde se ubicaría usted?

¹¹ Los siguientes dos componentes arrojados por el análisis factorial fueron: *las instituciones sociales*, se ubicaron los líderes religiosos, organizaciones de DDHH, los sindicatos y los medios (Consistencia interna de $\alpha=.672$, Varianza de 16.9%). Un tercer componente agrupó a los propietarios de los medios y los compañeros de trabajo dentro del medio (Consistencia interna de $\alpha=.65$, Varianza de 14.04%). Método de extracción: Análisis de Componentes Principales (PCA) con rotación ortogonal Varimax y normalización Kaiser, Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestra (KMO) de .853 (adecuado), y coeficiente de significación de $p=.000$.

Por otra parte, los periodistas tienen una orientación política predominantemente al centro del espectro político y ligeramente tirado a la izquierda, como sugiere la media de $M=4.17$ ($DE=1.8$) en una escala de 1 a 10, donde 1 es “izquierda” y 10” es “derecha”. La desviación estándar tan alta sugiere que la orientación política es definitivamente desigual entre los encuestados. Seis de cada diez periodistas encuestados (61%) se identificaron al centro del espectro (nivel 5) mientras que poco más de uno de cada tres (32.8%) se identificaron como de izquierda y menos de uno entre diez (6.1%) como de derecha.

Conclusiones

Este estudio pionero en México ha dilucidado los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México a partir de un cuestionario en el que además de registrar sus principales características demográficas y laborales, mide sus percepciones respecto de los roles y funciones que consideran importantes, el nivel de autonomía que reportan, los factores que consideran influyentes en su trabajo, el grado de relatividad que manifiestan respecto de la ética periodística y de ciertas prácticas controversiales, los factores de cambio que creen han impactado o se han intensificado en el trabajo periodístico, las amenazas que han recibido, las medidas precautorias y de seguridad que han tomado, y el grado de confianza que reportan respecto de ciertas instituciones.

Encontramos que el gremio periodístico no es mayoritariamente colegiado y por tanto hay poca unión gremial o pocos organismos tanto de regulación como de establecimiento de estándares normativos y profesionales. Por otra parte, a diferencia de décadas anteriores, los periodistas en México son predominantemente profesionalizadas mediante la educación formal universitaria, lo que habla de que tienen los conocimientos mínimos necesarios para ejercer su profesión. De la misma forma, son relativamente experimentados y tienen una edad promedio de 38 años. Sin embargo, encontramos también que, pese a su nivel de experiencia o nivel educativo, hay altos indicios de precarización generalizada en cuanto a sus condiciones laborales, pues en general perciben bajos salarios —particularmente los reporteros— y muchas cargas de trabajo. No sólo tienen amplias dificultades para especializarse en un solo sector informativo —pues deben cubrir e informar sobre todo tipo de información— sino que además muchos deben trabajar para dos o más medios y plataformas, y dedicarse hasta más de un trabajo.

Aún con la marcada tendencia hacia la precarización laboral, los ideales profesionales de los periodistas muestran una perspectiva optimista, al mostrar una marcada adherencia a funciones periodísticas tendientes tanto a la transformación social por un lado, como a la vigilancia de los actores de poder, por otra. En contraste, la función propagandista o de entretenimiento no fueron tan importantes para los periodistas en México, al menos no en el nivel discursivo y perceptual. En una coyuntura de amplias protestas, debilidad institucional y violencia, destaca el amplio apoyo que tienen roles asociados al cambio social.

Por otro lado, la autonomía que reportan los periodistas en cuanto a la selección y aspectos a enfatizar de las historias es relativamente alta y en primera instancia, darían esperanza de que existen las condiciones para la puesta en práctica de esos roles profesionales. Sin embargo, cuando se contraponen los niveles de libertad percibidos en general, contra la libertad percibida para informar sobre algunos actores e instituciones específicos, surge un panorama más complejo en el que los políticos, las Fuerzas Armadas y las organizaciones criminales ofrecen poco margen de maniobra para informar. A esto deben agregarse los múltiples factores de influencia que condicionan, para bien o para mal, el trabajo del periodista.

Encontramos que las políticas editoriales y las posiciones jerárquicas de las empresas, y en general las influencias organizacionales, son las que ofrecen mayor poder de influencia en el trabajo periodístico, seguidos por las influencias de tipo comercial y económico, lo que significa que la autonomía periodística en muchos casos continúa supeditada a intereses privados. Sin embargo, no muy atrás se encuentran las influencias de tipo político, lo que ilustra la naturaleza multifactorial y compleja, así como la gran cantidad de filtros y niveles de presión a los que se somete el trabajo cotidiano del periodista en México. A eso hay que agregarle que los periodistas perciben que en los últimos años y con la digitalización, ha aumentado el involucramiento de las audiencias, sus intereses y el material que producen en las agendas noticiosas. Aunado a los crecientes cambios tecnológicos que suponen la mayor adquisición de herramientas técnicas, los periodistas perciben un aumento en sus horarios y cargas de trabajo, al tiempo que consideran que la presión para mantener la credibilidad del periodismo y su importancia para la sociedad han aumentado de la mano de dichos cambios.

Dos aspectos insoslayables que añaden a sus presiones éticas, comerciales y tecnológicas es que perciben un aumento generalizado en las condiciones de riesgo para su ocupación, tanto en la creciente ola de violencia contra periodistas, como en las presiones políticas y otras formas

de censura. Incluso, el que cuatro de cada diez periodistas haya sido amenazado nos habla de que los ambientes periodísticos enfrentan constantemente desafíos para la protección de su integridad y seguridad. Las amenazas tienden a provenir del lado del crimen organizado, pero sin que hayan cesado las tradicionales amenazas desde el poder público y establecido.

Ante tales escenarios de riesgo, los periodistas en México han debido responder de manera pragmática mediante medidas de seguridad que incluyen cambio de rutas y rutinas personales, sociales, de traslado y de movilidad; seguridad digital, protección de datos personales y estrategias de anonimato para proteger la identidad mientras se trabaja; el compartir información o publicar en medios del extranjero; el trabajo en equipo durante la recolección de noticias pero también el establecimiento de redes de confianza (Relly and González de Bustamante, 2014); y en menor medida el equipo de protección, los protocolos de seguridad, la capacitación o la petición expresa de ayuda a autoridades e instituciones.

Sin embargo, la estrategia más utilizada por los periodistas es, por mucho, la de recurrir a la censura, la autocensura o el manejo delicado de información potencialmente sensible. As consecuencias de tales medidas es dramática para poder materializar las funciones transformativas que ellos mismos se han planteado y para garantizar el acceso a la información e los ciudadanos y la rendición de cuentas de los actores poderosos. De hecho, la escasa confianza institucional que tienen los periodistas en el aparato político refleja su profundo escepticismo, particularmente respecto de los políticos, los partidos, el sistema judicial y la policía, es decir, los actores encargados de preservar su integridad y garantizar su libertad de expresión. Dada la orientación política hacia el centro y centro izquierda del espectro, sería de esperar que los ideales profesionales que les animan los lleve a cuestionar al poder, pero la gran cantidad de presiones a los que se ven sometidos parece empujarlos en otra dirección.

Por último, la ética periodística resultó un terreno de contrastes, pues aún si la mayoría de los periodistas considera que la ética periodística debe aplicarse más allá de circunstancias concretas, un número considerable tiende a relativizar la ética periodística respecto de circunstancias específicas, lo que revela que la profesión periodística continúa siendo un trabajo en construcción, con estándares normativos poco consensuados y dependientes de las coyunturas y los contextos. En todo caso, es el propio contexto sociopolítico que se vive en el país y su naturaleza desafiante los que parecen estar proporcionando los incentivos para que los periodistas sigan resueltos a continuar con su labor pese a las múltiples adversidades que

enfrentan, entre ellas, además de la escalada de violencia contra periodistas, la enorme dependencia que aún sostienen varios medios y sus propietarios respecto de la publicidad gubernamental, uno de los grandes desafíos para el periodismo de calidad y la independencia del periodismo.

Consideramos que este breve panorama descriptivo de la cultura periodística mexicana habrá de arrojar luz para futuros estudios que busquen comparar los perfiles profesionales de los periodistas entre regiones y tipos de medios, y para hacer acercamientos de corte cualitativo, cuantitativo, de naturaleza transversal y longitudinal a las diversas relaciones entre las variables aquí presentadas. ¿Quiénes son los periodistas con más oportunidades de materializar sus roles profesionales con mayor autonomía y con la posibilidad de vencer los obstáculos? ¿Quiénes son los que enfrentan un camino cuesta arriba respecto de dichas adversidades?

Las futuras investigaciones podrán analizar éstas y otras interrogantes que se desprenden de este estudio. Por lo pronto, confiamos que habrá de constituirse en un diagnóstico útil y necesario para generar las estrategias que acompañen a los procesos de profesionalización y mejora de la calidad del periodismo mexicano, así como en políticas públicas que garanticen la integridad, seguridad y libertad de expresión de los periodistas en México.

Bibliografía

Artículo 19 (2016) *M.I.E.D.O: Medios, Impunidad, Estado, Democracia, Opacidad*, Mexico City: Article 19

Baldivia Urdinea, J., M. Planet, J. Solís Riva and T. Guerra (1981) *La formación de los periodistas en América Latina: México, Costa Rica y Chile*. México: Nueva Imagen.

Del Palacio M., C. (Coord.) (2015) *Violencia y Periodismo Regional en México*, México: Juan Pablo

Hanitzsch T (2011) Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators: Professional Milieus, the Journalistic Field and Autonomy in 18

Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

Countries. *International Communication Gazette* 73(6): 477-494.

Hanitzsch, T., F. Hanusch, C. Mellado, C. Anikina, R. Berganza, R. Cangoz, I, ... and Kee Wang Yuen, E (2011) 'Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries', *Journalism Studies*, 12(3): 273-293

Hughes, S (2009) *Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México*, México, Porrúa.

Hughes, S. y M. Márquez Ramírez (2017) Hughes, Sallie & Mireya Márquez Ramírez (2017) Examining the Practices that Mexican Journalists Employ to Reduce risk in a Context of Violence, *International Journal of Communication*, 11(2017), 1-22, DOI: 1932-8036/20170005

Hughes, Sallie; M. Garcés. M. Márquez Ramírez and Jesús Arroyave (2016) Rethinking professional Autonomy: autonomy to develop and to publish news in Mexico and Colombia, *Journalism*, (First published online July 16, 2016), pp. 1-21 DOI: 10.1177/1464884916659409

Lauría, Carlos and Mike O'Connor (2010) *Silence or Death in Mexico's Press: Crime, Violence and Corruption Are Destroying the Country's Journalism*. New York: Committee to Protect Journalists.

Márquez Ramírez, M. (2012) "Valores normativos y prácticas de reporte en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México", en *Cuadernos de Información*, Pontificia Universidad Católica de Chile, (30): 97-110

Mellado, C., S. Moreira, C. Lagos and M. E. Hernández (2012) 'Comparing Journalism Cultures in Latin America: The Case of Chile, Brazil and Mexico', *International Communication Gazette* 74(1): 60-77.

Relly, J. and C. González de Bustamante (2014) 'Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States', *The International Journal of Press/Politics*, 19(1): 108-131

Global Media Journal México, Volumen 14, Numero 26 Pp. 91-152.

Weaver, D. (1998) *The Global Journalist: News People Around the world*. Creeskill, NJ: Hampton Press.

Wilke, J. (1998) 'Journalists in Chile, Ecuador and Mexico', in D. Weaver (ed.) *The global journalist: news people around the world*. Cresskill: Hampton Press, pp. 433-452.