

Encuesta a periodistas Worlds of Journalism
Región: Ciudad de México
Ficha informativa

¿Qué es el estudio Worlds of Journalism?

La encuesta [Worlds of Journalism \(WJS\)](#) es el **mayor estudio mundial** realizado sobre las percepciones de los periodistas respecto de su ejercicio periodístico. Para ello se ha formado un consorcio global de investigación interinstitucional sin precedente, que ha diseñado el estudio a partir de una metodología común, científicamente validada. Desde su surgimiento en **2007**, ha habido **tres ediciones** de la encuesta, y en cada edición participa un número cada vez más amplio de países. En esta tercera ronda de WJS (2021-2026) participan **más de 100 países**. Cada uno es coordinado y gestionado por un investigador o equipo nacional. A nivel mundial, se gestiona por un comité ejecutivo con sede en la Universidad de Múnich.

¿Cuál es la participación de México (y de la Ibero) en el estudio?

México es uno de los pocos países latinoamericanos junto a Chile y Brasil en haber participado desde el principio, es decir, en las tres rondas de la encuesta. Para esta tercera edición del ejercicio, buscamos lograr una mayor y mejor comparación regional. Por ello se constituyó [un consorcio de investigación interinstitucional](#) para lograr mayor número de encuestas en cada una de las seis regiones en las que dividimos al país. El consorcio cuenta con **10 investigadores e investigadoras del país y casi 20 colaboradores**, incluyendo a la Universidad de Miami. La Universidad Iberoamericana Ciudad de México es la responsable del ejercicio en la capital del país, la coordinadora de la logística del estudio nacional y de la gestión y resguardo de los datos. Asimismo, la Universidad Iberoamericana financia y se encarga también de la aplicación de toda la encuesta en Bolivia.

¿Quién es el equipo de WJS-CDMX?

La **Dra. Sallie Hughes** de la Universidad de Miami es la responsable técnica del estudio en México y en América Latina. Las coordinadoras regionales de Ciudad de México son **la Dra. Mireya Márquez** del Departamento de Comunicación, **la Dra. Grisel Salazar** del Departamento de Ciencias Sociales y Políticas, y **la Dra. Julieta Brambila**, investigadora independiente. Por parte de nuestra universidad participaron como encuestadoras las periodistas y estudiantes Violeta Santiago del Doctorado en Comunicación y Arcelia Cruz Maya de la Maestría en Comunicación. Por su parte, el doctorando en Comunicación Karles Daniel Manzo es el asistente de investigación y gestor de datos del proyecto a nivel nacional. Adicionalmente, fungieron como encuestadoras las periodistas Concepción Peralta, del CIDE; y Natalia Rivera, de UdeG.

¿Quién estuvo a cargo en ediciones anteriores?

La primera ronda (2007-2011) estuvo a cargo de la UdeG. La segunda (2012-2017) la llevaron a cabo la Universidad Iberoamericana CDMX y la Universidad de Miami. Los resultados generales de aquel ejercicio están plasmados en el [Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México: Reporte de Investigación](#).

¿Qué se pregunta en la encuesta?

El cuestionario de la tercera ronda incluye preguntas que miden las características **ocupacionales** y **demográficas** de las y los periodistas en activo; el nivel de **apoyo** entre las y los periodistas a los roles institucionales que el periodismo desempeña en la sociedad; su postura sobre varios aspectos de la **ética** profesional, sus posiciones **epistemológicas**; el nivel percibido de **autonomía** editorial en su trabajo; y las posibles fuentes de **influencia** sobre su labor. Además, gracias al liderazgo e insistencia del equipo mexicano y de otros países con problemática similar, se incluyeron aspectos de **seguridad** y **riesgo**,

bienestar emocional y medidas de **protección** de los periodistas. Los resultados descriptivos de la muestra nacional fueron publicados este verano y puedes encontrarlos en el reporte [Periodistas en México: Encuesta de sus perfiles demográficos, laborales y profesionales](#).

¿Quién financió el estudio?

Cada equipo regional ha debido financiar su levantamiento de datos. La Universidad de Miami ha financiado la región Noreste, Noroeste y Sur. La región Ciudad de México ha sido financiada por la Dirección de Investigación y Posgrado de la Ibero CDMX, la **Universidad de Miami**, y **recursos privados** de nuestras coordinadoras. Además, **la Universidad Iberoamericana**, a través de proyecto de investigación financiado por DINVP, ha absorbido los gastos logísticos de la encuesta nacional (como la plataforma de alojamiento de las encuestas) y la limpieza y gestión de datos.

¿Cómo seleccionaron a los periodistas participantes?

A partir del protocolo común del consorcio mundial, nuestra muestra es **representativa** de los **estratos** que constituyen al sistema de medios en México en términos de soporte o plataforma (periódicos, revistas, agencias, radiodifusoras, medios digitales, etc); **orientación** de contenido temático (política, información general, deporte, nicho, etc.); distribución **geográfica** (nacional, regional, local, etc.) y **propiedad** primaria (privada, pública, gubernamental, comunitaria).

Ante la falta de un censo de periodistas o de un directorio confiable y completo de medios en el país, procedimos a confeccionar nuestro propio directorio de medios (validado por expertos locales en cada una de las **seis regiones**) a partir de múltiples fuentes y pasos. Luego extrajimos una muestra aleatoria de esos medios por cada región, cuidando la proporción geográfica y de estratos mencionados. Una vez extraída la muestra, los encuestadores de cada región procedieron a rastrear y contactar a periodistas del medio hasta llegar a una cuota mínima de periodistas fijada para ese medio a partir de criterios de tamaño e influencia. La muestra en general también incluyó periodistas freelance, comunitarios y de redes sociales. Nuestra muestra nacional consiste en **486 periodistas** de radio, TV, diarios, revistas, medios digitales, de los cuales, 108 son de la Ciudad de México.

¿Cómo fue el método de levantamiento de datos?

Las encuestas se aplicaron por videollamada (Zoom, Google Hangouts o Whatsapp) en el día y horario determinados por la persona encuestada y fueron llenadas en tiempo real por nuestras encuestadoras en la plataforma SurveyMonkey, en donde se alojó el instrumento. En nuestra región, la duración promedio de cada entrevista fue de 45 minutos y **la tasa de respuesta** fue la más alta del país, **con 73.4%** de encuestas completadas del total de periodistas que fueron contactados. El marco temporal fue de enero a abril y de octubre a noviembre de 2022.

¿Cuáles son los principales resultados para la CDMX?

Perfiles demográficos y laborales

- El periodista típico en la Ciudad de México es **varón** (51%), tiene **41** años en promedio, trabaja aún para medios **impresos** como el diario, cuenta con **licenciatura** y formación en **periodismo** o comunicación, y predominantemente tiene preferencias políticas de **centro** y **centro izquierda**.
- **Un 5.6%** de periodistas de la CDMX dijo pertenecer a la comunidad **LGBTI++**, un punto porcentual más que el promedio nacional. Asimismo, encontramos una presencia casi nula de periodistas que se consideren afrodescendientes o discapacitados en la población periodística de la capital.
- La prensa nacional, en promedio, cuenta con periodistas ligeramente más experimentados que sus colegas de otras regiones.

- También tienden a tener **empleos más estables** y de tiempo que sus contrapartes: 83.3% en la CDMX contra 71.8% del promedio nacional. Pero también cuenta con 5 por ciento más de freelancers y emprendedores que el promedio nacional.
- Los periodistas de la Ciudad de México perciben **mayores salarios que sus contrapartes**: un 69% de los encuestados percibe arriba de quince mil pesos mensuales, treinta puntos porcentuales más que periodistas de otras regiones.
- Sin embargo, los mejores **salarios benefician mayoritariamente a los hombres**. En el segmento de mayor ingreso (35 mil pesos o más...) encontramos que la mayoría son hombres (83% en CDMX y 78% en el país, respectivamente). Es decir, en promedio, por cada mujer que tiene esta percepción salarial mensual, hay cuatro hombres.

Seguridad, riesgo y protección

- Con respecto a las agresiones más frecuentes, es importante ampliar el mapa de violencia más allá de los ataques físicos. En la Ciudad de México, el 80% de los periodistas de la capital del país han experimentado **insultos** o discurso de odio, **descalificación** pública de su trabajo (69%), **cuestionamiento** de sus principios morales (51%), **amenazas** o intimidaciones (41%). Estos datos desmitifican la idea de que la capital del país es un sitio seguro para ejercer el periodismo, pues coincide con las tres agresiones más frecuentes que sufren los periodistas en el resto del país (77% recibiendo insultos, 67% sufriendo descalificación pública de su trabajo, 54% recibiendo descalificaciones públicas).
- Con respecto a cómo lidiar con esas agresiones, el 88% de los periodistas de la CDMX afirma haber recibido **apoyo de colegas del gremio** y el 70% de su propio medio. Destaca que sólo el 14% señala haber recibido algún tipo de apoyo de autoridades gubernamentales, lo que habla de una alta **desconfianza hacia las políticas gubernamentales** para contener la violencia contra la prensa.

Roles, autonomía e influencias en el trabajo periodístico

- De forma individual, los periodistas de la Ciudad de México tienden a priorizar casi los mismos roles que sus contrapartes del país asociados a las **funciones vigilante y cívica de cambio** –aunque en menores niveles que sus contrapartes de otras regiones.
- La importancia otorgada a roles asociados al mercado, como entretener, o generar contenidos que den rating o tráfico no varió significativamente de sus colegas, ni fue la función más priorizada, aún si en la Ciudad de México los mercados mediáticos y publicitarios son más competitivos.
- Decididamente, y en mayor medida que sus contrapartes, los periodistas de Ciudad de México no priorizan funciones asociadas a la movilización política de las audiencias o a la función propagandística del periodismo consiste en apoyo a la clase política o a las políticas públicas.
- Al igual que en otras regiones, en promedio, los periodistas de la capital del país tienden a percibir **altos niveles de autonomía interna** (tanto libertad para decidir la nota como para decidir el ángulo a enfatizar de dichas noticias), mientras que perciben, en promedio, **baja autonomía externa** (libertad de los medios de comunicación en general).
- Sin embargo, si consideramos sólo el número de periodistas que respondió tener total o mucha autonomía, tanto externa como interna, el número aumenta considerablemente respecto de otros estados, lo que sugiere que ciertos enclaves ofrecen protección al trabajo periodístico.
- No obstante, los periodistas de la capital del país se ven más afectados que sus contrapartes por restricciones internas, como sus supervisores editoriales, la disponibilidad de recursos, o el acceso a la información.
- Por otra parte, los periodistas de la así llamada “prensa nacional” están **más protegidos de influencias como la autocensura o el crimen organizado**.

Para conocer más:

- www.worldsofjournalism.org/
- www.worldsofjournalismmexico.org.mx
- @WjsMexico