

ObsMEX

Observatorio de México en España

Informe de investigación No.4. Primavera-verano, 2021

ISSN: 2696-111

Perfil del corresponsal mexicano en España

Estudio descriptivo

José Ramón Santillán Buelna

Patricia Maldonado Pérez

Estudios Iberomexicanos



El Observatorio de México en España es un centro de análisis, con sede en Barcelona, que impulsa el estudio de la imagen de México en los medios de comunicación españoles, la proyección del poder suave (*soft power*) y la investigación de la migración mexicana, fue fundado en 2018 por el Dr. José Ramón Santillán Buelna, miembro del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, y con una larga trayectoria docente e investigadora.

El Observatorio tiene cinco objetivos:

1. Investigación de la imagen de México en la prensa digital española, la proyección del poder suave (*soft power*) y el estudio de la migración mexicana.
2. Divulgación de resultados de las investigaciones en informes, libros, artículos científicos y actas de congreso.
3. Análisis de nuestros investigadores relacionados con las temáticas del Observatorio y publicadas en nuestro blog.
4. Tutorías académicas para el desarrollo de trabajos de investigación de grado y posgrado que tengan como foco de interés a México en su relación con España. También realizamos talleres de métodos de investigación en ciencia política, comunicación y periodismo.
5. Creación del repositorio de estudios Iberomexicanos -catálogo de investigaciones sobre la presencia de México y los mexicanos en España-.

Por otro lado, el Observatorio en su web pone a disposición de estudiantes, académicos, periodistas y ciudadanos estudios fiables, prácticos y rigurosos sobre México y su presencia en España.

© 2021 Observatorio de México en España C/Clot, 35.
08018. Barcelona, España. <http://www.obsmex.com>

Perfil del corresponsal mexicano en España Estudio descriptivo¹

Professional profile of the Mexican correspondent in Spain.
A descriptive study

José Ramón Santillán Buelna

Observatorio de México en España / Barcelona. joserrabuelna@hotmail.com

Patricia Maldonado Pérez

Universidad Autónoma del Estado de México/ Toluca. maldonadoperez11@hotmail.com

RESUMEN

Este informe describe rasgos sociodemográficos y profesionales de los corresponsales de medios mexicanos en España. Realizamos un análisis cuantitativo de datos secundarios tomando como referencia la información sobre los periodistas mexicanos publicada en tres directorios que agrupan a los corresponsales extranjeros: la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera, ACPE y del Círculo de Corresponsales Extranjeros, editados durante el año 2020. El análisis de datos lo combinamos con la consulta en redes sociales de los perfiles de los comunicadores para ampliar algunos datos profesionales. En este trabajo presentamos algunas de sus particularidades como el género, la edad, el nivel de estudios, el medio o medios para los que trabaja, años de experiencia profesional, tiempo que lleva en la corresponsalía, entre otras cuestiones. Estos datos permiten conocer el perfil de los periodistas mexicanos que informan sobre España.

Palabras clave: corresponsales; medios mexicanos; periodistas mexicanos; culturas periodísticas; España;

ABSTRACT

This report describes sociodemographic and professional profile of Mexican media correspondents in Spain. We used a quantitative analysis of secondary data taking as reference the information on Mexican journalists published in three directories that group foreign correspondents: The Moncloa Press Secretariat, the Association of Foreign Press Correspondents Circle, published in 2020. We combine the data analysis with the consultation in social media of the profiles of the communicators : to explain some professional data. In this report we present some of his peculiarities such as: gender, age, level of studies, the medium or means for which he/she works, year of : as professional experience, time he has been in the correspondent among other issues. These data allow to know the professional profile of Mexican journalist who report on Spain.

Key words: correspondents; Mexican media; Mexican journalists; professional roles; Spain

¹ Forma de citar:

Santillán Buelna, J.R.; Maldonado Pérez, P. (2021). Perfil del corresponsal mexicano en España. Estudio descriptivo. Informe de investigación No. 4. Observatorio de México en España. Barcelona.

I. INTRODUCCIÓN

En el acceso a la información internacional, los corresponsales de los medios de comunicación desempeñan un rol categórico para el conocimiento de los hechos que dan vida a una región o país. En ellos está el informar de los acontecimientos sociopolíticos y económico-culturales que se suscitan y que perfila su rol de mediadores de la información internacional (Saperas, 2013; Tulloch, 2004), o desde la perspectiva de los factores culturales de los periodistas extranjeros que determinan una particular cobertura de un conflicto internacional (Nicolás, 2009).

En la primera aproximación la importancia de estos profesionales es fundamental porque su trabajo informativo nos permite conocer y valorar la realidad de un país extranjero (Santillán, 2018). En la segunda perspectiva los corresponsales en su función de reportear las realidades que presentan contribuyendo a la solución de conflictos y la óptima construcción de las sociedades, el bienestar común y la mejora de la calidad de vida.

Este quehacer propicia que entre los periodistas, los corresponsales gocen de respeto y prestigio por el alcance de su trabajo y debido a que deambulan en entornos diversos, problemáticos y escabrosos; de manera particular por su identificación con la cobertura de conflictos bélicos, en los cuales su desempeño es fundamental para el entendimiento de entornos complejos donde su enfoque y punto de vista será el mismo que el de su público (Nicolás, 2009).

Los corresponsales, a diferencia del resto de los periodistas, cubren no solo a fuentes o secciones informativas sino a extensiones amplias de población y comunidades si bien existen los corresponsales cuya labor específica es la de informar de sucesos deportivos o culturales como se demostrará en este trabajo.

En ese sentido, el estudio de la labor del periodista ha sido un tema muy abordado por la academia en los rasgos distintivos, los productos informativos que genera y, recientemente sus saberes y prácticas. Esto último a través de la denominada cultura periodística que ha sido expuesta por Hanitzsch (2007) a modo de nociones, percepciones, valores y roles profesionales.

En esta propuesta, se trasciende del hecho de solo de analizar lo que difunden los periodistas a lo que le precede. Esto es, la fase de producción de la información donde tienen cabida sus ideas y pre conocimientos; donde intervienen factores personales y profesionales que hacen posible la publicación de la información y la manera en que llega a sus destinatarios.

Según el autor, la cultura periodística se puede definir como “un conjunto particular de ideas y prácticas mediante las cuales los periodistas legitiman su papel en la sociedad y hacen que su trabajo sea significativo” (Hanitzsch, 2007).

De esta manera, la identificación de valores y procedimientos de los corresponsales internacionales, su bagaje, cobra sentido para conocer sus modos de trabajo, códigos comunes y convicciones pero también para darles identidad propia, atribuirles diferenciación con otros entes similares y la pertenencia con el grupo que se les menciona. Es decir, identidad cultural que se consolida con el hecho de compartir criterios, reglas y significados.

Los valores y prácticas de los corresponsales se tornan fundamentales para la construcción de su labor profesional pero en ello no se ha reparado en las condiciones sociodemográficas como elementos que sucumben a sus despachos informativos y su razón de ser. Al respecto,

Shoemaker y Reese (1996) diseñaron un paradigma de estudio de las condicionantes que determinan la producción y difusión de noticias.

El modelo permite construir una teoría que se enfoque en las influencias del emisor en el contenido de los medios de comunicación. A saber, los autores proponen cinco niveles de análisis: a) individual, b) de procedimientos o rutinas productivas, c) organizacional, d) extramedios y e) ideológico. En el primero de los casos, que conviene con este estudio se mencionan variables demográficas de sexo, edad, clase social, educación, orientación religiosa, entre otras.

Al respecto, el estudio de las condiciones laborales y perfil profesional de los corresponsales en España de 2008 a 2012 muestra que la mayoría de los profesionales suelen ser hombres con una edad promedio de 39 años, casados, sin afiliación religiosa declarada, formación universitaria en periodismo y educados a nivel de maestría, obteniendo un salario medio mensual neto de entre 2.000 y 3.000 € por su trabajo (Salaverría, 2014).

En otro estudio realizado a 22 corresponsales que cubrieron el conflicto israelí-palestino para medios españoles se observa el creciente aumento de la población femenina en la cobertura de la información mientras que la edad promedio del 70 por ciento de los corresponsales es de 40 años y el grupo que les sigue de menores de 50 años. Otros datos son que el 60 por ciento de los corresponsales están casados o tienen una pareja estable (Nicolás, 2009).

Es por tanto, que desde características sociodemográficas que forman parte de la cultura periodística es posible también explicar los motivos que conducen a los periodistas a la selección y jerarquización de la información y la interpretación de acontecimientos políticos de dimensión internacional (Martínez Nicolás, 2015; Esser, Frank, 2008)

Es decir, este tipo de investigaciones que trasciendan del análisis de la información que hacen pública los corresponsales a características personales y la manera en cómo ello repercute en los contenidos que manejan y la forma en que representan para los países las informaciones.

En esa misma línea el estudio que se plantea en este informe de investigación busca identificar los rasgos de los corresponsales de los medios de comunicación mexicanos en España a fin de contar con un perfil profesional relacionado con el concepto de *culturales periodísticas*. Porque los estudios sobre los reporteros mexicanos son escasos, destaca el estudio de Márquez, M. y Hughes. S. (2016), que hacen una radiografía actual del periodista azteca. O el trabajo de Guillermo Espinosa de los Monteros (1998) quien elaboró una corta historia del periodismo de corresponsalía de México y la ilustró con algunos ejemplos de periodistas aztecas en el extranjero que trabajaron para algunos medios impresos.

Sin embargo, poco sabemos de qué características sociodemográficas y competencias tienen los periodistas que residen de forma estable en España e informan sobre él a las audiencias mexicanas.

En este contexto, este informe de investigación tiene como objetivo hacer una *fotografía* del corresponsal mexicano identificando algunas de sus particularidades como el género, la edad, el nivel de estudios, el medio o medios para los que trabaja, años de experiencia laboral, tiempo que lleva en la corresponsalía, entre otras cuestiones.

La metodología de este trabajo se basa en la técnica del análisis cuantitativo de datos secundarios tomando como referencia la información sobre los periodistas mexicanos publicada en tres directorios que agrupan a los corresponsales extranjeros en España, editados durante el

año 2020. El análisis de datos lo combinamos con la consulta en redes sociales de los perfiles de los comunicadores para ampliar algunos datos profesionales.

En este informe presentamos algunos de los resultados más destacados sobre el perfil de los comunicadores de medios mexicanos en España.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Objetivo principal

El presente estudio tiene como objetivo principal realizar el perfil de los corresponsales mexicanos de los distintos medios de comunicación en España, para describir algunas de sus características sociodemográficas e identificar algunos rasgos de su actividad laboral.

Objetivos específicos

- a) Cuantificar el número de corresponsales mexicanos en España, medios que representan y la ciudad donde tienen fija su corresponsalía.
- b) Identificar el género, la edad, el nivel de estudios, experiencia profesional y años que lleva como corresponsal de su medio.
- c) Conocer qué tipo de corresponsal son, si trabajan en equipo o solos, el tipo de cobertura informativa que hacen, si cubren más plataformas de su empresa y si colaboran con otros medios de comunicación.
- d) Identificar el uso de redes sociales para comunicar su trabajo.

Metodología

La metodología de este trabajo se basa en la técnica del análisis cuantitativo de datos secundarios (Berganza, R. y García, C, 2013) tomando como referencia la información sobre los periodistas mexicanos en tres directorios que agrupan a los corresponsales extranjeros: la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera, ACPE y del Círculo de Corresponsales Extranjeros, publicados durante el año 2020.

Identificamos 15 profesionales, pero nos dimos cuenta que había cinco que estaban trabajando y no estaban inscritos en ninguna de estas tres asociaciones, por lo tanto, la muestra de estudio fueron 20 corresponsales que a continuación presentamos con el dato del medio para el que trabajan:

Corresponsal	Medio
1. Luis Méndez Asensio	El Universal
2. Patricia Alvarado Espinoza	Grupo Radiocentro
3. Yolanda Fernández Gumiel	Televisa
4. Paty Godoy	Grupo Imagen –Cadena tres (TV y Excélsior)
5. Alejandro Gutiérrez Castañeda	Proceso
6. Carlos Hernández	TV Azteca Deportes
7. Francina Islas Villanueva	Canal 22
8. José Antonio López Floresn	Milenio
9. Claudia Luna Palencia	Vértigo político, W radio
10. Alberto Peláez Montejos	Televisa
11. Adela Mac Swiney González	Notimex

12. Carlos Meza	Notimex
13. David Mudarra	Embajada de México
14. Iván Rendón	Cuarto oscuro
15. Ismael Rivera Victoria	Reforma
16. Juan Carlos Rojas	Notimex
17. Carlos Rubio Rosell	MVS Noticias
18. Jeniffer Seefood	Milenio
19. Alberto Ignacio Sierra Asensio	UNO TV y Claro Sports
20. Armando Tejada González	La Jornada

La información publicada en los directorios de periodistas extranjeros permitieron conocer el nombre, género, medio, tipo de corresponsal y ciudad sede de su corresponsalía. Para conocer la edad, nivel de estudios, experiencia profesional, años en la corresponsalía y su colaboración con otros medios, realizamos búsquedas selectivas en Internet (consultas en redes sociales) para recopilar esos datos.

Para la muestra de la investigación diseñamos un protocolo de análisis de contenido para obtener una serie de datos sociodemográficos y profesionales sobre los corresponsales:

1. Tipo de medio en que trabaja: prensa, radio, televisión, radio, revistas y agencias de noticias.
2. Género: masculino, femenino.
3. Edad
4. Nivel de estudios: licenciatura, máster, doctorado, otros estudios.
5. Años de experiencia laboral
6. Tipo de corresponsal: fijo, colaborador, freelance.
7. Años de experiencia de corresponsal en su medio
8. Lugar base de su corresponsalía: Madrid, Barcelona, otra ciudad.
9. Tipo de información: general, especializada.
10. Colaboración en otros medios: sí, no.
11. Tipo de cobertura: España, Europa.
12. Redes sociales: sí, no
13. Las utiliza profesionalmente: sí, no

Por último, para el tratamiento estadístico e interpretación de los datos del análisis de contenido se utilizó el software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

3. RESULTADOS

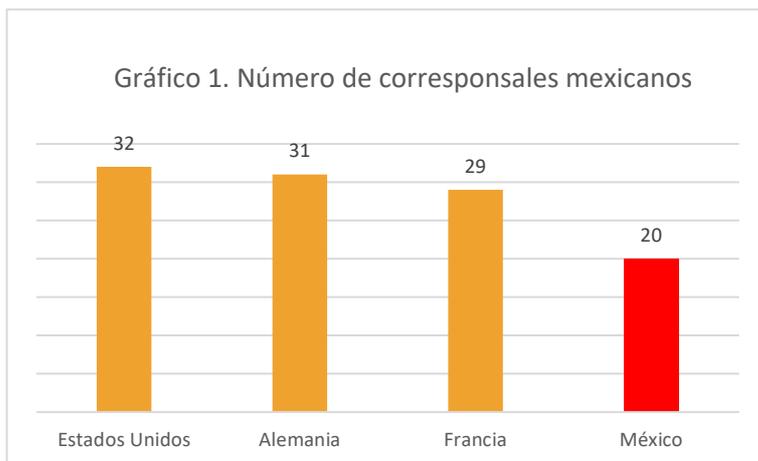
20 corresponsales en España

Los medios de comunicación mexicanos tienen 20 corresponsales trabajando en España para prensa, radio, televisión, radio, revistas y agencias de noticias. El 85% son periodistas mexicanos y el 15% españoles.

El gráfico 1 muestra que México ocupa la cuarta posición en número de corresponsales con 20, después de Estados Unidos con 32, Alemania, 31 y Francia 29. También es el primer país latinoamericano con mayor número de informadores destinados en España.

Estos datos reflejan la importancia informativa que tiene para algunos medios aztecas contar con la presencia estable de un corresponsal para que atienda la actualidad informativa de un

país con el que se mantienen lazos históricos muy estrechos que han creado unas relaciones políticas, económicas, culturales, migratorias de especial relevancia.



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera, ACPE y del Círculo de Corresponsales Extranjeros.

El 60% son hombres; el 40% mujeres

En cuanto al género el 60%, 12, son hombres y el 40%, 8, mujeres (gráfico 2). Gran parte de los varones son los principales encargados de sus medios y es un reflejo de su predominio en las corresponsalías extranjeras en España como ha sido verificado en otros trabajos (Salaverria, Ramón (2014).

Las mujeres tienen presencia en los cinco tipos de medios analizados: diarios, revistas, radiofónicos, televisivos y agencias de noticias. Sus principales funciones son jefa de su medio con hombres de ayudantes (1), jefas de su medio (3); de apoyo a periodistas hombres (2), y trabajadoras freelance (2).

Por último, cabe destacar que las periodistas tienen un alto nivel de preparación: las ocho tienen estudios de licenciatura. Además, cinco el grado de maestría, una estudios de doctorado y otra varios diplomados.

Gráfico 2. Género de los corresponsales



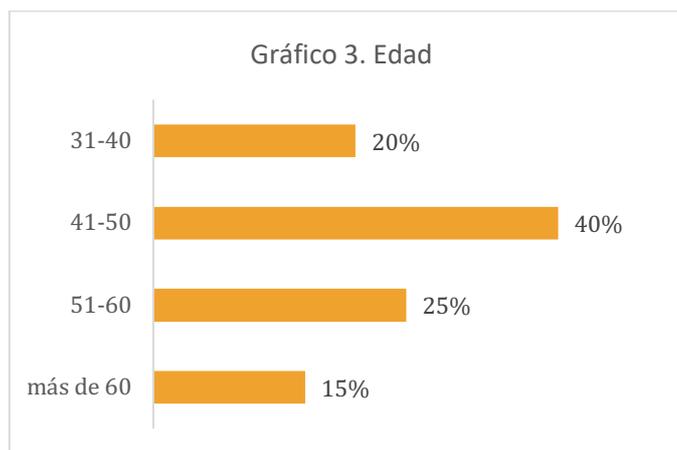
Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera y del Círculo de Corresponsales extranjeros.

Edad media de 47,2 años

La edad media de los corresponsales es de 47,2 años. Como se observa en el gráfico 3 predomina el rango de los que tienen de 41 a 50 años con el 40% lo que significa que son personas que han alcanzado cierta madurez en el trabajo. Pero todavía les queda para desarrollar la mitad de la carrera periodística.

Siguen el grupo de edad de 51 a 60 años con un 25% y luego los de 31 a 40 que representan el 20%. En el primer grupo, es un colectivo que ya tiene una carrera consolidada y aportan conocimiento y experiencia en la actividad periodística. En el segundo grupo se ubican personas que ya tienen interiorizado la dinámica laboral y están en pleno momento de desarrollo de su actividad profesional y de asumir retos y responsabilidades.

Por último, el 15% representan a personas con una larga trayectoria laboral y con mucho conocimiento para compartir con el resto de periodistas tanto jóvenes como maduros.



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera y del Círculo de Corresponsales Extranjeros.

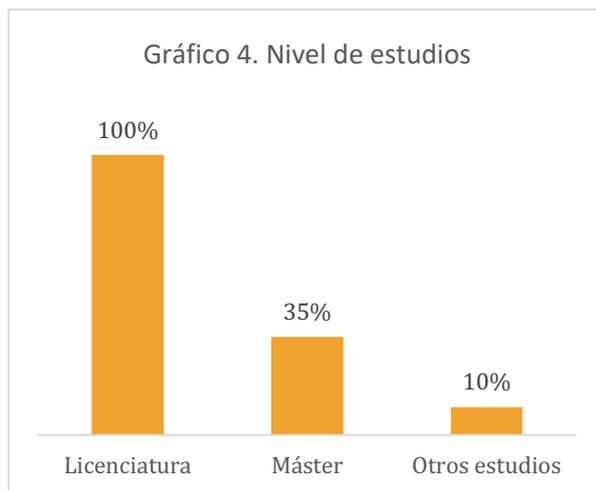
Una de las interpretaciones de por qué la mayoría de edad de los periodistas mexicanos es superior a los 40 años es porque, antes de ser enviados como corresponsales, han estado trabajando varios años en sus medios locales. Además, de que muchos de ellos llevan tiempo informando desde España para su medio o distintos medios mexicanos como explicaremos en el apartado años de experiencia como corresponsal.

El 100% tiene licenciatura y 35% maestría

El gráfico 4 muestra que el 100% de los corresponsales mexicanos radicados en España tienen estudios de licenciatura en periodismo o ciencias de la comunicación, principales campos de formación para los periodistas. El 35% tiene maestría relacionada con el periodismo o campos afines y por último, el 10% cuenta con otros estudios de posgrado (cursos de doctorado o diplomados) en áreas vinculadas con el funcionamiento de los medios de comunicación y las relaciones internacionales.

Estos datos muestran la alta cualificación educativa que tiene el grupo de periodistas de medios mexicanos que cubren la actualidad informativa española. El nivel de estudios es notable y se refleja no sólo en que todos poseen una licenciatura, si no que muchos complementan su formación con una maestría o de otro tipo de estudios que les ofrecen conocimientos especializados para ejercer su profesión.

Por medios, los estudios de maestría están más presentes en periodistas de medios radiofónicos y televisivos; menos presentes en los diarios.



Fuente: elaboración propia.

Experiencia profesional: una media de 21,2 años

La media de experiencia en la profesión es de 21,2 años. En el gráfico 5 sobresale el grupo de periodistas con el 55% que ha ejercido la profesión entre 21 a 30 años. Después los que llevan entre 10 a 20 años con el 25% y por último, los que tienen una experiencia de más de 30 años contabilizan el 20%, cuatro periodistas.



Fuente: elaboración propia.

Cubren 18 medios

El gráfico 6 muestra a los 18 medios de comunicación que están representados por los corresponsales. En primer lugar, aparecen siete cadenas de televisión (Televisa, Canal 22, Milenio TV, Uno TV, Claro Sports, Cadena 3, TV Azteca); En segundo lugar, cinco diarios (*El Universal*, *La Jornada*, *Milenio*, *Reforma* y *Excélsior*); En tercera posición cuatro radios (Grupo Radiocentro, MVS Noticias, Milenio Radio, W Radio); Luego aparecen dos representantes de revistas (*Proceso* y *Vértigo Político*) y dos agencias de noticias (Notimex, Cuarto Oscuro).

Por último, identificamos a un periodista corresponsal acreditado a la Embajada de México en España.

Dos aspectos a analizar de estos datos: primero, de los 18 medios, 16 son medios de comunicación privados y aparecen dos grupos de comunicación donde sus periodistas informan para sus distintas empresas: Grupo Multimédios (Milenio diario, Milenio radio y televisión) y Grupo Imagen (Excélsior y Cadena Tres TV). Segundo, identificamos corresponsales de dos medios públicos, una televisora, Canal 22 y una agencia de noticias (Notimex).

Un dato más que llama la atención: todos los corresponsales pertenecen a medios editados en la Ciudad de México, no hay ninguno de una revista, periódico o canal de televisión de fuera de la capital.



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera y del Círculo de Corresponsales Extranjeros.

Una vez mostrada el número global de los medios mexicanos que están representados en España, se ofrece el análisis de algunas de sus características para conocer su importancia dentro del ecosistema mediático mexicano:

Canales de televisión

De los canales de televisión mexicanos representados en España destaca Televisa. Se trata de la mayor empresa de televisión en español, fundada en 1955, produce programas de información, deportes y entretenimiento. Desde los años ochenta ha contado con un corresponsal fijo para informar de lo que sucede en el país ibérico.

Por su parte, el Canal 22 es una televisora pública especializada en la difusión del arte y la cultura de México y el mundo. Milenio TV, es un canal abierto que transmite noticias y que como señalamos más arriba pertenece al Grupo Multimédios (dueños de Milenio diario y la radio del mismo nombre). Lo mismo ocurre para el caso de Canal 3 del Grupo Imagen al que también pertenece el diario *Excélsior*.

Con respecto a TV Azteca, Uno TV, Claro Sports, los corresponsales pertenecen a sus canales de televisión especializados en deportes. La atención que los medios mexicanos otorgan a la cobertura del deporte español se puede medir por la presencia fija de dos periodistas en Madrid,

este hecho puede ser interpretado como indicativo de la importancia que le dan a la cobertura, especialmente, de la Liga de Fútbol.

Diarios

Los cinco diarios mexicanos que cuentan con un corresponsal son periódicos de información nacional, que destacan por la calidad periodística de sus noticias, opiniones, reportajes y contenidos de interés. Son los diarios más leídos tanto en su versión impresa como digital. Además, los diarios presentan las siguientes posiciones ideológicas: *El Universal* centro izquierda; *La Jornada* más a la izquierda; *Reforma* derecha; *Milenio* se ubica ideológicamente en el centro y *Excélsior*, a la derecha (Lawson, 2002)

Cadenas de radio

Las radios representadas: Grupo Radio Centro y W radio, la primera es un conglomerado de varias estaciones de radiodifusión en las principales ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y con filiales en varios estados de la República; Por su parte, W radio localizada en la capital cuenta con 26 estaciones afiliadas dentro del país. Por su parte, MVS noticias es una estación de radio ubicada en la Ciudad de México con una importante programación de noticieros. Por último, Milenio radio retransmite en su página web algunos contenidos publicados en Milenio diario.

Revistas

En revistas destaca la corresponsalía de *Proceso*, semanario de información, fundado en 1976 por el periodista y escritor Julio Scherer García. Esta revista se ha consolidado a lo largo de 36 años como una fuente confiable, crítica y plural de temas políticos y culturales nacionales e internacionales de actualidad. Desde los años ochenta ha mantenido una corresponsalía en Madrid.

También tiene una corresponsal la revista *Vértigo Político*, portal de noticias y análisis político de México.

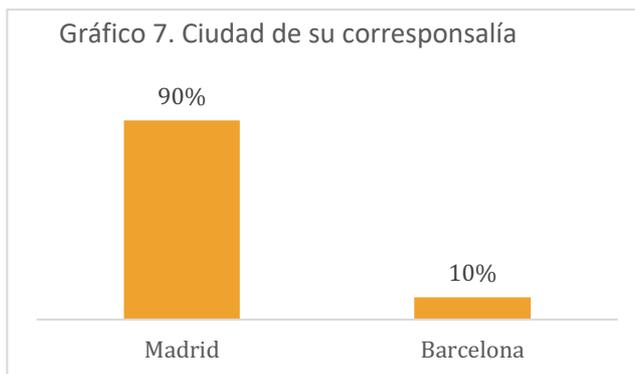
Agencias de noticias

Notimex es una agencia estatal de noticias fundada en 1968. Ofrece servicios de información al Estado mexicano, medios de comunicación y cualquier institución o persona. Cuenta con una amplia red de corresponsales tanto en México como a nivel internacional, con especial presencia en el continente americano y en Europa.

Por su parte, *Cuarto Oscuro* es una empresa dedicada a la fotografía y la información periodística desde 1986. También edita la revista del mismo nombre.

El 90% informa desde Madrid

El 90%, 18 periodistas, tienen la base de su corresponsalía en Madrid y el 10%, 2, en Barcelona (gráfico 7). El predominio de la ciudad de Madrid, como lugar geográfico donde están concentrados los corresponsales extranjeros no sólo mexicanos, se explica a que es la capital del país y el principal centro político, financiero, cultural, académico y de ocio, por lo tanto, lugar dominante desde donde se generan la mayoría de las noticias.



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Prensa de Moncloa, de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera y del Círculo de Corresponsales Extranjeros.

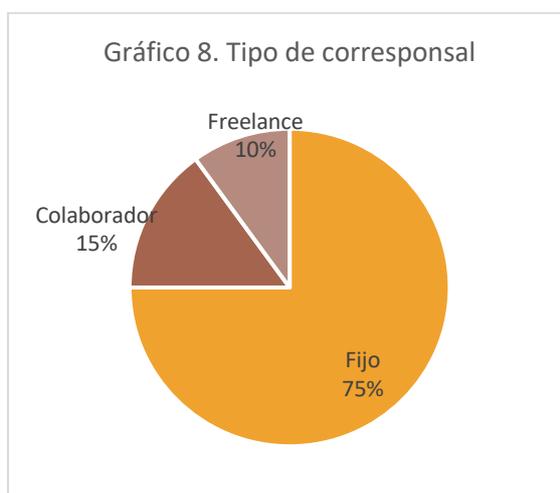
La aparición de Barcelona como base de dos corresponsales se entiende por ser la segunda ciudad española en importancia.

El 75% es corresponsal fijo

El gráfico 8 indica que el corresponsal staff de tiempo completo con el 75% es el que más predomina; el 15% son colaboradores y el 10% trabaja por cuenta propia o freelance.

La preminencia de los corresponsales como periodistas de tiempo completo se corresponde bastante con estudios realizados, que coinciden en número para cubrir los asuntos locales, por ejemplo, hay alrededor de 15 corresponsales británicos que reportean en México como staff de tiempo completo (Cárdenas, A. 2006).

Por tanto, la gran mayoría de los medios mexicanos que analizamos en este trabajo cuentan con un periodista a tiempo completo, un indicador de que España y su dinámica política, económica, cultural y social interesan e importan mucho. Además, de que los diarios, revistas, radios, televisiones y agencias de noticias identificados en este estudio pertenecen a grupos mediáticos muy importantes en México y con un papel importante en la formación de la opinión pública.



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Prensa de Moncloa, De la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera y del Círculo de Corresponsales Extranjeros.

Por último, el dato de que el 10%, dos periodistas, trabajan por cuenta propia o freelance, son profesionales que ofrecen sus servicios a distintos medios de comunicación, que antes ya habían sido corresponsales o trabajado con alguna empresa de comunicación mexicana.

70% trabaja solo y el 30% en equipo

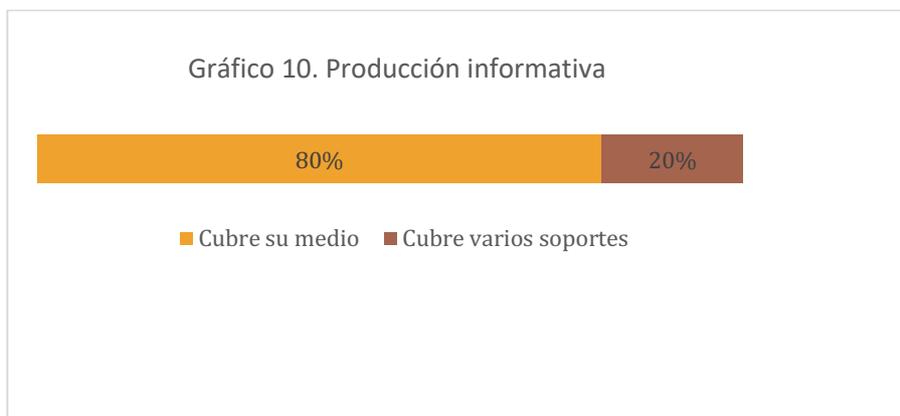
El gráfico 9 indica que el 70% de los corresponsales trabaja solo, es decir, la gran mayoría de medios tienen solo una persona para realizar el envío de forma habitual de información del país. El 30% restante cuenta con el apoyo de un periodista más en la corresponsalía. Tal es el caso de Milenio y Televisa que tienen asignadas dos profesionales cada uno, y la agencia de noticias Notimex a tres personas, donde una de ellas también coordina la sección Europea.



Fuente: elaboración propia.

El 80% sólo informa sobre su medio

El 80% de los periodistas informa sobre su medio y el 20%, cuatro periodistas, son responsables de la cobertura informativa de varios formatos de su medios (TV, prensa y radio) gráfico 10. Las empresas de comunicación aprovechan el trabajo periodístico de sus trabajadores para sus distintas empresas. Por ejemplo, los periodistas de Grupo Milenio lo hacen para prensa, televisión y radio, o la corresponsal de Grupo Imagen para Cadena Tres y el diario *Excélsior*. Una de las razones es el desarrollo en las últimas décadas de los medios digitales han impulsado que los corresponsales informen en más soportes de sus empresas.

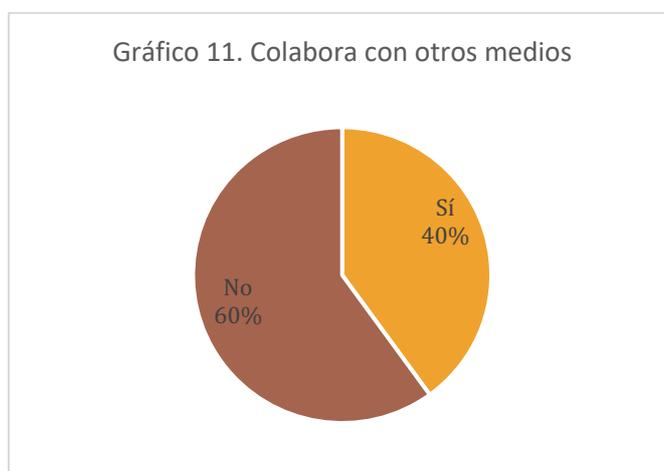


Fuente: elaboración propia.

40% colabora con otros medios

Otro aspecto a destacar en cuanto al trabajo informativo que realizan los periodistas, el 40% colaboran con otros medios mexicanos distintos al que están inscritos, gráfico 11. Algunos profesionales aprovechan su residencia en España y su conocimiento de la corresponsalía para colaborar con noticias, crónicas o como articulistas en medios de otras empresas mexicanas de comunicación. Tal es el caso del periodista de *Reforma* que también colabora para las agencias de noticias EFE y EPA. O la corresponsal de *Vértigo Político* y *W Radio* que publica crónicas y artículos de opinión en *Tribuna Puebla*, *Revista Atalayar* y en el programa de radio *México X España*.

Por último, un caso para destacar es la del corresponsal de *MVS Noticias* que colabora con crónicas y entrevistas semanales, principalmente sobre cultura en el *Diario Milenio*.



Fuente: elaboración propia.

El 80% es periodista de información general

El 80% de los periodistas está dedicada a la información general de España y el 20% restante, un 15% se dedica a la información especializado del ámbito deportivo y el otro 5% cubre la actividad cultural (gráfico 12).



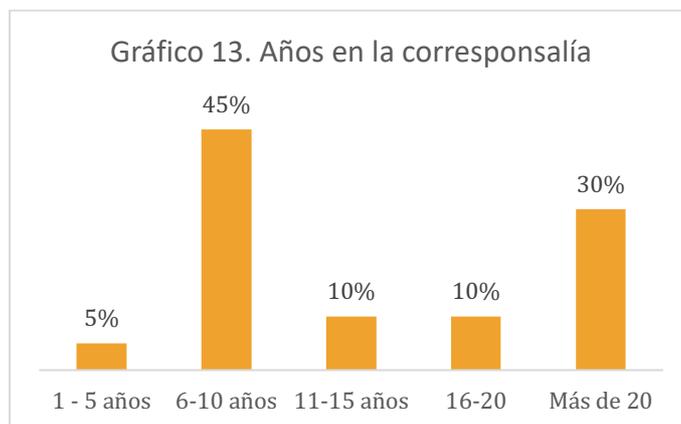
Fuente: elaboración propia.

9,4 años de media llevan en la corresponsalía española

La media de años que los periodistas llevan en la corresponsalía es de 9,4 años. De allí que los que se sitúan entre los 6 y 10 años alcancen el 45%. Seguidamente aparecen los que llevan más de 20 años con el 30%. Suman el 10%, tanto los que llevan de 11 a 15 años como los de 16 a 20. Por último, sólo hay un periodista, 5%, que lleva menos de cinco años como corresponsal.

Estos datos permiten observar, en términos de años en la corresponsalía en la Península, que los periodistas mexicanos son un grupo que ya están muy familiarizados con el conocimiento del contexto político, económico y cultural español, han desarrollado una red de fuentes informativas y cuentan con experiencia periodística sobre la cultura informativa del país.

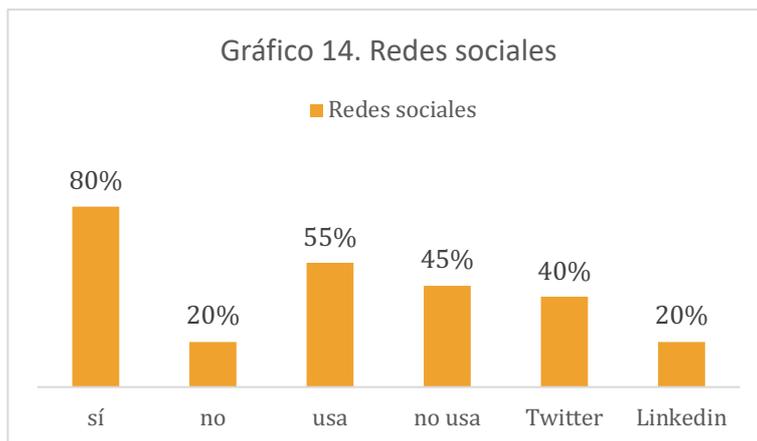
Otro aspecto a resaltar es que el 15% de los periodistas han sido durante años corresponsales de otros medios mexicanos distinto al que actualmente trabajan, lo que provoca que aumente la media de años como corresponsal hasta los 13 años. Tal es el caso del actual corresponsal del diario *El Universal* que durante años lo fue de los periódicos *Reforma* y *El Norte*. O el de la actual corresponsal en España del Grupo Radio Centro que durante 23 años formó parte de la delegación española de Televisa.



Fuente: elaboración propia.

80% tiene redes sociales

El Gráfico 14 muestra que un 80% de los periodistas tiene redes sociales, un 55% las usa para publicar sus crónicas o contenidos de su medio; Twitter y LinkedIn, con un 40% y 20% respectivamente, son las más utilizadas. En el mundo actual el ejercicio del periodismo requiere que los periodistas tengan presencia en redes sociales para difundir su trabajo y estar en contacto con sus audiencias.



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, el análisis del uso de las redes sociales por parte de los periodistas mexicanos, muestra que la notoriedad de algunos ha generado una marca propia, una audiencia que sigue al corresponsal (Bürki y Partzch, 2016). Tal es el caso del corresponsal jefe de Televisa que tiene gran presencia en las redes sociales, principalmente Twitter, lo que le mantiene en contacto con sus seguidores y replicar contenidos periodísticos.

Conclusiones

Este estudio exploratorio ha tenido como objetivo realizar un perfil del corresponsal mexicano en España a partir de la técnica del análisis cuantitativo de datos secundarios en el que registramos sus principales características sociodemográficas, además de identificar algunos rasgos de su actividad laboral.

Encontramos que son 20 corresponsales los que cubren la actualidad informativa española. En términos cuantitativos ocupan la cuarta posición, después de Estados Unidos que cuenta con 32 periodistas, Alemania, 31 y Francia 29. En cuanto al género el 60%, 12, son hombres y el 40%, 8, mujeres. 18 tienen su corresponsalía en Madrid y dos en Barcelona.

Por otra parte, la edad media de los periodistas es de 47,2 años, donde destaca con un 45% el grupo que tiene entre 41 y 50 años. Encontramos también que tienen un nivel educativo alto, todos son universitarios titulados en el área del periodismo o la comunicación y el 35% ha completado estudios de maestría, lo que habla que tienen una alta cualificación para ejercer su profesión.

Los periodistas representan a 18 medios mexicanos, destaca el trabajo para las cadenas televisiones y después para periódicos. De manera concreta cubren los siguientes medios: dos revistas *Proceso* y *Vértigo político*; cinco diarios *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio*, *Reforma* y *Excélsior*; Cuatro cadenas de radio: Grupo Radiocentro, MVS Noticias, Milenio radio y W radio; siete televisoras: Televisa, Canal 22, Televisión Azteca, Milenio TV, Uno TV, Cadena 3 y Claro Sports y dos agencias de noticias: Notimex y Cuarto Oscuro. Además, la embajada mexicana en Madrid tiene acreditado a un corresponsal.

Un dato que llama la atención: todos los corresponsales pertenecen a medios editados en la Ciudad de México, no hay ninguno de una revista, periódico o canal de televisión de fuera de la capital.

En cuanto a su situación laboral el 75% reportean como staff de tiempo completo, el 25% restante, el 15% son colaboradores y la otra parte *freelance*. El 70% realiza el trabajo solo y el resto cuenta con una persona más. Otro dato a destacar el 20%, cuatro periodistas, son responsables de la cobertura informativa de varios formatos de su medios (TV, prensa y radio).

Por otro lado, el 80% de los periodistas está dedicado a la cobertura de la información general de España y el 20% restante, un 15% se dedica a la información especializado del ámbito deportivo y el otro 5% informa del ámbito cultural.

Encontramos también que tienen un importante nivel de experiencia como corresponsal de su medio en España, el 45% tiene entre 6 y 10 años; un 30% tiene más de 20 años; el 20%, la mitad tiene entre 11 y 15 años y la otra mitad 16 y 20 años, por último, sólo el 5% tiene menos de cinco años como responsable de su medio.

Por último, el 80% tiene alguna red social o blog; el 55% la usa y Twitter o LinkedIn son las plataformas más utilizadas para compartir contenido de su medio.

Los datos presentados en este informe de investigación permiten al lector conocer algunos rasgos sociodemográficos y profesionales de los corresponsales mexicanos que diariamente les informan sobre España. Por lo tanto, este trabajo pretende servir como antecedente para nuevos estudios que profundicen sobre su trabajo periodístico, para entender el número y selección que hacen de las noticias, y el tratamiento informativo relacionado con la representación mediática que hacen del país europeo en México.

Consideramos que este panorama descriptivo del corresponsal mexicano en España habrá de arrojar luz para futuros estudios que busquen comparar los perfiles profesionales de los periodistas mexicanos en otros países y tipos de medios, y para hacer estudios cuantitativos y cuantitativos con mayor profundidad metodológica de las variables sociodemográficas aquí presentadas.

Las futuras investigaciones podrán analizar estas variables y otros datos culturales de los corresponsales mexicanos, que en este estudio esbozamos.

Referencias

Berganza, R. y García, C. (2013): *Las bases de datos para la investigación social. En Conocer lo social: Estrategias, técnicas de construcción y análisis de datos*. Antonio Lucas y Alejandro Noboa. (editores). Ed. Fragua. Madrid.

Bürki y Partzch, (2016): *Redes de comunicación: Estudios sobre la prensa en el mundo hispanohablante*. Universidad de Berlín.

Cárdenas, A. (2006): "Corresponsales británicos en México: la cobertura de un país salvaje. Buenaval", 3. 49.

Espinosa de los Monteros, G. (1998). "Periodismo internacional, corresponsales y testimonios sobre el extranjero". Foro Internacional. Vol. XXXVIII, 2-3. pp.415-426. El Colegio de México.

Esser, F. (2008). Dimensions of political news cultures: Sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United States, *The International Journal of Press/Politics*, 13 (4): 401-428

Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, 17, 367-385

Lawson, Chappell H. (2002). *Building the fourth estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico*. Berkeley / Los Angeles, University of California Press.

Márquez, M. y Hughes. S. (2016). *Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México, Ciudad de México*.

Martínez Nicolás, M. (2015). "Investigar las culturas periodísticas. Propuesta teórica y aplicación al estudio del periodismo político en España". *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 1, pp. 151-162.

Nicolás, Mt. T. (2009). "Los ojos que miran el conflicto israelí-palestino". *Cuadernos de periodistas*. Julio, 2. pp.51-60.

Sahagún, F. *El mundo fue noticia. Corresponsales españoles en el extranjero: la información internacional en España*, Fundación Banco Exterior, 1986.

Santillán, J.R. (2018). Corresponsales españoles en México: La Vanguardia y *El Periódico* pp. 1533-1548. En Herrero, J. y Trenta, M. (eds). *Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios*. Cuadernos Artesanos de Comunicación no. 155. Sociedad Latina de Comunicación. Universidad de La Laguna, 2ª edición. Doi: 10.4185/Cac 155.

Salaverría, R. (2014). Foreign Correspondents in Spain: Facing the Economic and Professional Crisis. In *Mapping Foreign Correspondence in Europe* pp.243-251.

Saperas, E. (2013). *Comunicación mediática y sociedad*. Manual de Teorías de la Comunicación. 2ª. Edición. OMM Editorial. Madrid.

Salaverría, R. (2014) "Foreign Correspondents in Spain: Facing the Economic and Professional Crisis". In: Georgios TERZIS (ed.) *Mapping Foreign Correspondence in Europe*. London: Routledge, pp. 243—251.

Shoemaker, P. y Reese, S. (1996). *Mediating the message. Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman.

Tulloch, C. (2004): *Corresponsales en el extranjero: mito y realidad*. Eunesa Ediciones. Universidad de Navarra. España.

Informes de investigación publicados por el Observatorio de México en España

Santillán, J.R. y Acosta, M. (2019). *El sexenio de Enrique Peña Nieto en la prensa española*. Informe de investigación 1. Otoño-invierno. Observatorio de México en España. Disponible en: <https://www.obsmex.com/informes-de-investigacion>

Santillán, J.R. y Zuart, A. (2020): *Presencia e imagen de México en la prensa española de referencia, 2019*. Informe de investigación No. 2. Primavera-verano. Observatorio de México en España. Disponible en: <https://www.obsmex.com/informes-de-investigacion>

* Santillán, J.R y Gómez Pickering, D. (2020). *Primer año del gobierno de López Obrador en la prensa española: entre la esperanza y la desconfianza*. Informe de investigación No.3. Otoño-invierno. Disponible en: <https://www.obsmex.com/informes-de-investigacion>

* Este informe también fue publicado en formato de libro.



