



Revista de Comunicación

ISSN: 1684-0933

ISSN: 2227-1465

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

Méndez-Muros, Sandra; Castillo Zamora, Juan Manuel
Producción periodística y reconversión digital en Centroamérica: avances y retos
Revista de Comunicación, vol. 22, núm. 2, 2023, pp. 377-398
Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3284>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589475992020>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Producción periodística y reconversión digital en Centroamérica: avances y retos

Journalistic production and digital conversion in Central America: progress and challenges

Méndez-Muros, S. y Castillo Zamora, J. M.



Sandra Méndez-Muros. Universidad de Sevilla (España)

Doctora en Periodismo y Profesora Titular de la Universidad de Sevilla. Investigadora en el Grupo de Investigación Análisis y Técnica de la Información (HUM212). Es coordinadora académica del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política de la citada universidad. Sus líneas de investigación se centran en la producción periodística y la innovación tecnológica en sistemas y rutinas informativas.

<https://orcid.org/0000-0003-4312-9798>, sanmenmur@us.es



Juan Manuel Castillo Zamora. Universidad Rafael Landívar (Guatemala)

Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla. Profesor en la Universidad Rafael Landívar, donde trabaja para la Vicerrectoría de Investigación y Proyección. Sus ámbitos de investigación son la comunicación, el periodismo y la divulgación científica.

<https://orcid.org/0000-0003-2444-5947>, jmcastilloz@url.edu.gt

Recibido: 15-03-2023 – Aceptado: 29-07-2023

<https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3284>

RESUMEN: El ejercicio del periodismo en los países de Centroamérica enfrenta grandes retos. La reconversión digital de las redacciones ha marcado una impronta en los medios de comunicación en un contexto económico y político inestable y un mercado laboral cada vez más competitivo para dirigirse a un público que revela importantes carencias. Nuestro objetivo es describir el impacto de la digitalización en la producción periodística de los medios de comunicación de Centroamérica a través del estudio de cuatro países (Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Honduras) a lo largo de diez años (2012-2021). Nos servimos de la triangulación metodológica mediante el empleo de técnicas mixtas cualitativas y cuantitativas (estudios previos sobre digitalización periodística, 102 encuestas a periodistas en activo y 14 entrevistas semiestructuradas a expertos) sobre tres ejes temáticos: el impacto de la digitalización en la producción noticiosa, la situación laboral del periodista durante el proceso de reconversión digital y los efectos de ésta en la empresa periodística. Las principales conclusiones apuntan a que el periodista ha tenido que desarrollar competencias digitales en un proceso de transformación acelerada que ha afectado a los contenidos, rutinas, fuentes y agenda temática; el periodista ha acumulado tareas, al tiempo que ha aumentado la precariedad laboral, si bien la reconfiguración digital ha permitido trabajar con mayor comodidad y se apuesta por la formación tecnológica continua del periodista.

Palabras clave: Centroamérica; digitalización; producción informativa; medios de comunicación; profesión periodística.

ABSTRACT: The practice of journalism in Central American countries faces great challenges. The digital conversion of newsrooms has left a mark on the media in an unstable economic and political context and an increasingly competitive labor market to address a public that shows shortages. Our objective is to describe the impact of digitalization on journalistic production in media of Central America through the study of four countries (Costa Rica, El Salvador, Guatemala and Honduras) over ten years (2012-2021). We use methodological triangulation through the use of mixed qualitative and quantitative techniques (previous studies on journalistic digitization, 102 surveys of working journalists and 14 semi-structured interviews with experts) on three thematic axes: the impact of digitization on

news production, the employment situation of journalists during the digital conversion process and the effects on the journalistic enterprise. The main conclusions point to the fact that journalists have had to develop digital competencies in a process of accelerated transformation that has affected content, routines, sources and thematic agenda; journalists have accumulated tasks, while job insecurity has increased, although the digital reconfiguration has made it possible to work more comfortably and there is a commitment to continuous technological training for journalists.

Keywords: Central America; digitization; news production; media; journalistic profession.

1. Introducción

El ejercicio del periodismo en los países centroamericanos enfrenta importantes retos. Presentan economías en desarrollo dependientes en buena medida de la exportación de las materias primas, el turismo y el flujo de remesas que migrantes envían a sus familias desde Estados Unidos. La reciente pandemia de COVID-19 afectó de forma notoria estas economías, especialmente en referencia a la reducción de la demanda y la disminución de los flujos comerciales y turísticos. Según el Fondo Monetario Internacional (2020), el Producto Interior Bruto (PIB) de Costa Rica experimentó una reducción del 4,6%, mientras que en El Salvador y Guatemala cayó un 8,6% y un 1,5%, respectivamente; en Honduras se contrajo en un 8%. Pese a estas dificultades, estos países fueron capaces de recuperarse y presentar incrementos significativos respecto a su PIB durante 2021 y 2022 (Fondo Monetario Internacional, 2022), esto motivado por su alto potencial en las áreas de agricultura, manufactura y turismo.

Los procesos de digitalización de las redacciones en las últimas décadas han avanzado significativamente, dada la creación de medios digitales y la reducción de los precios de tecnologías (Robles, 2021, p. 17), que ha marcado una impronta en los medios de comunicación en un contexto económico y político inestable y un mercado laboral cada vez más competitivo para dirigirse a un público que revela importantes carencias. Según el índice de desarrollo digital de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (2021), Costa Rica se encuentra en el puesto 63, seguido de Guatemala (89), Honduras (96) y El Salvador (98). Hay una mejoría en general con respecto al mismo estudio una década antes (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2012): Guatemala (111), Honduras (118) y El Salvador (104), no así en Costa Rica (59) que empeora ligeramente los resultados.

Esto representa para el periodismo una serie de oportunidades, como el fácil acceso de los ciudadanos a la tecnología, la posibilidad de llegar a públicos más amplios desde más lenguajes y de expresar libremente opiniones a través de las redes sociales, las cuales se han convertido en aliadas de los medios y de la ciudadanía. Pero, también supone grandes desafíos. La digitalización ha acelerado un proceso de precarización laboral, falta de libertad de expresión y censura impuesta desde las estructuras de poder. De acuerdo al informe de Reporteros Sin Fronteras (2012), en el ranking mundial de libertad de prensa (179 puestos), El Salvador se ubicó en el puesto 38, seguido de Guatemala (95) y Honduras (127). Diez años después (Reporteros Sin Fronteras, 2021), el informe refleja que Costa Rica (6) se encuentra en los primeros puestos, sin embargo, las posiciones decaen en el resto de países: El Salvador (82), Guatemala (116) y Honduras (151). Los periodistas suelen ser víctimas de amenazas, agresiones y ataques, con lo que se limita su capacidad de informar y de ejercer su labor.

La reconversión digital en los medios de comunicación centroamericanos y su repercusión en la producción periodística ha sido escasamente estudiada o ha sido objeto de estudio fragmentado por países, por lo que se hace necesario contribuir a su análisis global para obtener resultados y conclusiones enriquecedoras. En este sentido, el principal objetivo de esta investigación es conocer las consecuencias de la transformación digital a lo largo de diez años (2012-2021) en cuatro países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Honduras) para identificar los cambios generados en la producción periodística o *newsmaking* como “proceso de construcción de realidad social que involucra disciplinas de trabajo, concepciones de tiempo y espacio, nociones ideológicas y hábitos culturales y profesionales” (Benavides, 2017, p. 32), con el fin último de

obtener una visión macro del impacto del proceso de digitalización en el periodismo de Centroamérica, atendiendo a la idea de que, si bien cada país muestra una realidad particular, comparten una situación socio-política y económica, y un contexto de oportunidades para la innovación y fórmulas de producción (Usher, 2010). Partimos de las siguientes hipótesis: H1. La digitalización mediática ha impuesto una transformación acelerada en las redacciones de medios que ha afectado a la calidad de los contenidos, las nuevas rutinas, agendas temáticas y fuentes informativas. H2. La precariedad laboral y el periodismo multitarea se han instalado en las redacciones de los medios. H3. La empresa periodística ha sido beneficiada por la transformación digital.

2. La profesión periodística y la digitalización en Centroamérica: estudios previos

En Centroamérica, en la década de los noventa del siglo pasado, la prensa centroamericana no escapó a las tendencias de los principales vicios de la prensa mundial, de tal manera que la competencia por la exclusiva llevó a los medios regionales a la simplificación del debate, la personalización de los problemas y a evitar temas complejos (Chamorro, 2001). En todo caso, frente al desprestigio acumulado de los partidos políticos y las instituciones estatales, los medios de comunicación centroamericanos se consolidaron como una de las instituciones democráticas que ofrecían mayor confianza a los ciudadanos. Si consideramos la integración de monopolios y la oligarquía de los medios en Centroamérica a comienzos del siglo XXI, el sistema de medios no sólo está determinado por una concentración que responde a intereses oligárquicos originados por la carencia de fuertes raíces democráticas, sino al contrario, desde los trabajadores hacia los grupos propietarios (Rockwell y Janus, 2001; 2003).

De este modo, en Costa Rica, la segunda fase de democracia ayudó aún más a este sistema de medios, debido a que se fortalecieron las instituciones sociales (Rockwell y Janus, 2003, p. 123). En El Salvador existía un sistema de medios que apuntaba hacia la diversidad (Cantarero, 2002; Urrea, 2003), e incluso se daban interacciones de la derecha conservadora con algunos ex izquierdistas (Rockwell y Janus, 2003, pp. 49-50), mientras que la concentración regional mediática y los procesos acelerados de concentración en la propiedad (Koberstein, 1999) que caracterizaron los últimos años del siglo XX en Guatemala se mantuvieron. Según Jumique (2019, p. 81), “la relación entre la industria de la comunicación y la política ha sido impulsada por actores como el sector empresarial, con el fin de mantener una cuota de poder e influencia sobre el gobierno, lo que le permite gozar de privilegios”. También en Honduras, tanto los medios electrónicos como los impresos reflejan la naturaleza centralista y oligárquica a comienzos del siglo XX (Rockwell y Janus, 2003, p. 28).

Los estudios sobre digitalización en los medios de comunicación centroamericanos en las primeras décadas del siglo XXI están basados en su mayoría en encuestas, entrevistas y grupos focales a periodistas y se han centrado en zonas, regiones o países. En el caso de Costa Rica, los estudios sobre la profesión periodística en la última década ponen de relieve el fuerte impacto digital en las redacciones de medios de comunicación. El desafío principal se encuentra en la contribución del cambio tecnológico a una sociedad más inclusiva en la esfera pública y en la cultura política (Lugo-Ocando, 2008, p. 114). Vindas (2010) se detiene en el análisis de cómo las dinámicas de las salas de redacción influyen en el proceso de construcción de contenidos periodísticos digitales en revistas costarricenses. Este proceso de reconfiguración mediática se tornó más fuerte en los siguientes años bajo la tendencia de “combinar la experiencia de años de los profesionales en comunicación con los nuevos nichos de trabajo en diseño web y programación” (Arce y Morales, 2016, p. 110). El estudio llevado a cabo por Carazo y Halabi (2019, pp. 58-59) a cien empresas del sector de la comunicación concluye entre otras cuestiones que: 1. Es un sector que se ha multiplicado en los últimos veinte años debido a desarrollo digital. 2. La mayoría de las empresas son relativamente jóvenes y brindan servicios regionales. 3. El capital es exclusivamente costarricense. 4. La mayoría son empresas pequeñas o microempresas. 5. El predominio del trabajo interdisciplinario. 6. Es un sector estratégico de la economía nacional. En el proceso de digitalización de El Salvador, hace

una década se observaba una prevalencia de medios impresos sobre los digitales (Canizales, 2013, pp. 150-153). Esto puede deberse a que en 2014 Internet sólo estaba al alcance de la tercera parte de la población salvadoreña, a pesar de que la demanda de información digital aumentó por las plataformas móviles y el declive de la publicidad que impactó negativamente en el consumo de medios tradicionales (Molina, 2016, p. 165). En Guatemala, por su parte, se produjo un crecimiento gradual de usuarios con acceso a Internet, especialmente desde dispositivos móviles, debido a la renovación de las telecomunicaciones y el desarrollo de infraestructuras (Alas, 2016, p. 213). El periodismo en Honduras camina desde hace dos décadas a buen ritmo pese a la brecha digital, pues los medios cuentan con intención y capacidad logística para apostar por nuevos retos (Perdomo, 2016, pp. 237-238). La evolución de la demanda publicitaria también ha modernizado la propuesta de los medios digitales hondureños.

Tanto el contexto político-social como el tecnológico-digital han condicionado la situación profesional de los periodistas. En los inicios de la digitalización se halla un estudio sobre la situación del periodismo en El Salvador, Argentina, Uruguay y República Dominicana que concluye que la fascinación por el reconocimiento público y la popularidad que confiere trabajar en los medios compensan el agotamiento y la frustración causados por horarios excesivos de trabajo y pocos incentivos laborales (Arroyave y Blanco, 2005, p. 365). Cantarero (2003) apunta algunas debilidades de las organizaciones de periodistas de Centroamérica, Panamá y México: incapacidad gerencial, fraccionamiento político, fragilidad de sus estructuras y dudosa reputación de sus dirigencias, y se fija en el contexto que se describe en los siguientes términos: a) desarticulación del gremio por parte de los empresarios, b) legislación adversa al ejercicio profesional y 3) fuentes informativas irrespetuosas e indiferentes. Entre las principales conclusiones del estudio de Bernal (2013) sobre las condiciones socioeconómicas de los periodistas en ejercicio en El Salvador, se encuentran: 1. Los periodistas más jóvenes ocupan los puestos más bajos de la pirámide laboral de la empresa. 2. Más de la mitad de los periodistas combinan su trabajo con otro esporádico o temporal. 3. Las jornadas laborales son largas y extenuantes. 4. Notable incremento de la profesionalización con contrataciones de personal formado en periodismo. 5. Incremento de la tasa de estabilidad laboral, aunque con contratos de duración limitada. 6. Subida salarial y prestaciones adicionales. 7. Conformidad con el ambiente laboral y falta de presiones para el ejercicio profesional y la pertenencia a organizaciones.

Por su parte, el análisis sociotécnico de las tecnologías de la información en Honduras de Espinoza-Vasquez (2018, p. 91) concluye que éstas por sí solas no determinan la calidad de la democracia en el país. Herrera (2018, p. 103) incide en el ambiente hipercontrolado y represivo por parte de actores sociopolíticos en el que se desenvuelven los medios, agudizado aún más en el año 2019 por diversos problemas de carácter económico y un acelerado deterioro de las instituciones que socavan la estabilidad general del país y que desencadena una situación de inseguridad y criminalidad que afecta a una mayoría de colectivos, entre los que se encuentran los periodistas (Rodríguez y Tule, 2020, pp. 396-397). Tejedor et al. (2022, p. 302) investigan las condiciones laborales y de seguridad en contextos de violencia en América Latina y el Caribe y concluyen que el principal problema del periodismo en la actualidad es la violencia contra periodistas y medios de comunicación. En el caso de Guatemala, uno de los principales problemas en los últimos diez años es el aumento de la violencia contra periodistas (Blanck, Alpírez y Del Cid, 2021). El “Observatorio de periodistas” de la Asociación de Periodistas de Guatemala (APG) documentó 149 casos de agresiones en el año 2020. Y, en El Salvador, Carballo (2017, p. 103) se detiene en las agresiones a la libertad de prensa y de expresión en concreto a los periodistas (obstaculización de la cobertura informativa, amenazas e intimidación física y virtual de reporteros, falta de seguridad y protección) y en el contexto empresarial (bajos salarios, recortes masivos, visión mercantilista de la profesión), mientras que Amado et al. (2016, p. 23) reseñan que los periodistas destacan por su carácter didáctico de la información ofrecida a su público y su rol de perro guardián.

Entre los estudios sobre el papel que juega la formación en comunicación y periodismo en Centroamérica y el Caribe (Benítez, 2009), destaca el de Vega (2016), quien analiza las características

de la producción científica sobre comunicación en textos académicos de autores pertenecientes a instituciones académicas centroamericanas para concluir que las investigaciones son de temática amplia, están condicionadas por los contextos y coyunturas de los países y se originan especialmente en universidades públicas en Costa Rica y en universidades privadas en Guatemala, El Salvador y Nicaragua. Vidales (2012) describe la situación del mercado de las telecomunicaciones y el impacto que puede estar generando el crecimiento acelerado de las tecnologías de la información en los últimos años en la población salvadoreña en general y en los jóvenes en particular, y apunta como causa del retraso el inicio reciente de la docencia e investigación en el campo de la comunicación. Asimismo, los periodistas salvadoreños piensan que se deben “usar las nuevas tecnologías, pero también se debe saber contar las narrativas periodísticas y no perder la esencia del periodismo puro”, además de ser incluidas en las universidades para enseñar periodismo (López, 2020, p. 91). En Guatemala, Alas (2016, p. 220) alude a la creciente incorporación de medios de técnicos y de personal con estudios universitarios en comunicación y periodismo a las redacciones y, aunque no proliferan los ciberperiodistas formados y existe una cierta reticencia para sacar provecho a la tecnología, los periodistas experimentan un proceso de aprendizaje gradual en las herramientas digitales en medios impresos y audiovisuales.

3. Metodología

El planteamiento metodológico está basado en una estrategia mixta mediante la cual empleamos técnicas cuantitativas y cualitativas en la recogida de información (Creswel y Clark, 2017): análisis documental, encuestas y entrevistas semiestructuradas, con el fin de contrarrestar las diferentes fuentes de sesgos que pueden afectar a la calidad de la información recogida, llegar a conclusiones más rigurosas y profundas y cumplir con el principio de triangulación, que consiste en utilizar múltiples fuentes de evidencia que garantizan la validez interna de los resultados y permiten obtener dosis más altas de fiabilidad y precisión sobre el impacto del proceso de digitalización periodística de los países centroamericanos.

En primer lugar, recurrimos al análisis documental de la literatura específica sobre estudios relacionados con el contexto laboral de las últimas décadas que nos ayuda a establecer una investigación más completa y exhaustiva. En segundo lugar, empleamos la técnica de observación que proporciona la encuesta, considerada como la herramienta más adecuada para medir las opiniones, actitudes, juicios y expectativas sobre el objeto de estudio. Hemos empleado un instrumento-cuestionario autoadministrado de tipo Likert, a través de un formulario de Google, cuyo enlace fue enviado por correo electrónico, que ha sido cumplimentado de forma anónima por 102 periodistas en activo en cuatro de los siete países que conforman Centroamérica (Costa Rica, 22; El Salvador, 13; Guatemala, 47; Honduras, 20) a lo largo del mes de mayo de 2021. La muestra final quedó conformada por un 41,18% de hombres y un 58,82% de mujeres, dentro de los siguientes grupos de edad: 35-50 años (56,86%), 20-35 años (35,29%) y 50-65 años (7,84%). El cuestionario consta de 32 preguntas sobre el carácter sociodemográfico, experiencia profesional, soportes y áreas de trabajo (7), los efectos de la reconversión digital en las rutinas, competencias, contenidos, etc. (10), la situación laboral (10) y los efectos de la digitalización en la empresa periodística (5). En cuanto a tipología, se alternan preguntas cerradas y de elección múltiple con opciones de respuesta en algunos casos excluyentes y, en otros casos, inclusivas. Alguna cuestión también plantea respuestas con un ítem abierto para obtener información propia del encuestado. Los resultados estadísticos son interpretados de modo descriptivo siguiendo la lógica deductiva.

En tercer lugar, nos servimos de entrevistas individuales semiestructuradas, que posibilitan flexibilidad y variación en la secuencia, así como reconducir la conversación de modo improvisado (Yuni y Urbano, 2014, p. 83). Aunque se cuente con un listado de preguntas comunes, los entrevistados expresan sus puntos de vista de un modo más abierto que en un cuestionario. Las entrevistas fueron realizadas en el mes de marzo de 2022 a 14 editores y periodistas en activo (Costa Rica, 3; El Salvador, 4; Guatemala, 4; Honduras, 3), con paridad al 50% de hombres y

mujeres. El criterio para la elección de los entrevistados (véase tabla 1) han sido los conocimientos y experiencia profesional que permiten ofrecer una visión de la situación laboral periodística en la actualidad en Centroamérica. La falta de correlación por países entre el número de expertos y de encuestados obedece a la falta de disposición para emitir opiniones al no contar con el anonimato total que proporciona la encuesta.

Tabla 1. Listado de entrevistados con perfil laboral y medio de comunicación al que pertenece

Entrevistado	Perfil laboral	Medio de comunicación
PCR 1	Coordinador de marketing digital	<i>Yello/kölbi Negocios</i>
PCR 2	Periodista y productor radiofónico	Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART)
PCR 3	Periodista	<i>Ojo al Clima</i>
PES 1	Editor de Negocios	<i>Diario de Hoy</i>
PES 2	Periodista	<i>Revista Factum</i>
PES 3	Periodista	<i>Revista GatoEncerrado</i>
PES 4	Periodista	<i>Canal TRV</i>
PG 1	Editor	<i>Prensa Libre</i>
PG 2	Periodista de la unidad de Valor Agregado	<i>Prensa Libre</i>
PG 3	Redactora	<i>Publinews</i>
PG 4	Editor	<i>Plaza Pública</i>
PH 1	Editora de contenidos y jefa de producción	Suyapa Medios
PH 2	Periodista	<i>Radio Progreso</i>
PH 3	Jefe de Información	<i>TN5 Estelar</i> , Corporación Televisión

Fuente: elaboración propia

Las preguntas se organizaron en tres bloques para dar respuesta sistematizada a las tres variables a analizar: (1) el impacto de la digitalización en la producción noticiosa (2) la situación laboral del periodista durante el proceso de digitalización mediática y (3) los efectos de la reconversión digital en la empresa periodística. Los datos obtenidos en las entrevistas se sometieron a un análisis de contenido cualitativo con objeto de descubrir significados y sentidos a través de la interpretación (Piñuel, 2002, p. 2).

En cuanto a la exposición de los resultados, estamos ante un estudio de prevalencia y de naturaleza descriptiva y deductiva, siguiendo la finalidad de reducir y sintetizar la información para dotarla de sentido en cada uno de los países estudiados. Finalmente, la triangulación e integración de los resultados obtenidos conduce a la interpretación, discusión y elaboración de las conclusiones.

4. Resultados

4.1. Análisis cuantitativo

4.1.1. Costa Rica

El 90,91% de los periodistas son licenciados o graduados en Periodismo o Comunicación, fundamentalmente por vocación (81,82%). El 59,09% acumula una experiencia profesional en el sector de entre 11-20 años. A partes iguales (22,73%) trabaja en medios digitales, multiplataforma y otros soportes, sobre todo en temática social y política (40,91%). Sólo el 27,27% ha

ocupado cargos directivos. El 77,27% de los periodistas trabaja en una redacción digitalizada desde hace diez años. La adaptación se realizó principalmente a través de cursos de formación externos y de la práctica profesional, como se observa en la figura 1.

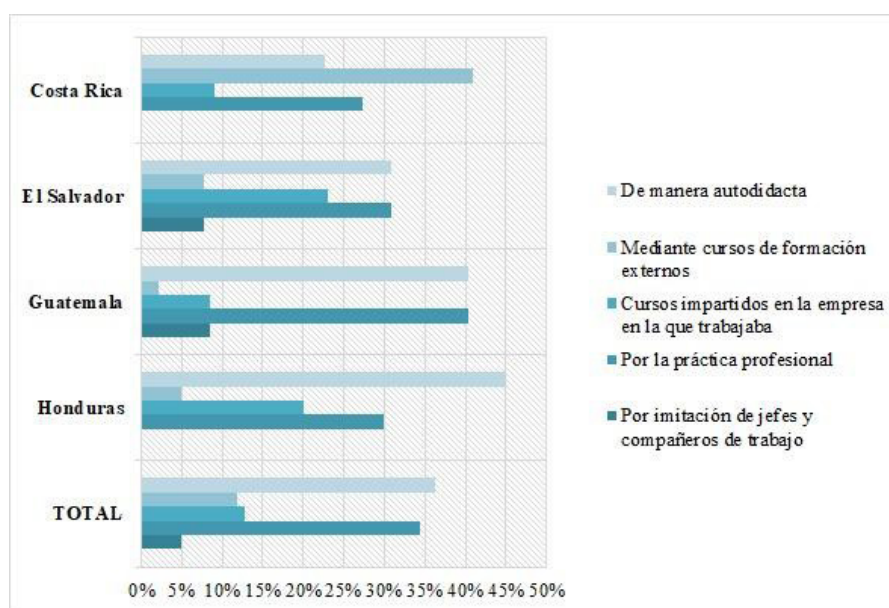
El perfil profesional con el que se identificaban antes de la digitalización es el de periodista especializado, que continúa manteniéndose en la actualidad con un cierto descenso. Las figuras de *social media manager* y *community manager* suben con un 9,09%. Entre las nuevas competencias asumidas, destacan las tecnológicas (mantenimiento de equipos, gestión de web, redes sociales, etc.), seguidas de las de índole comercial.

El 86,36% considera que el impacto digital en la empresa periodística es positivo o muy positivo y la digitalización ha influido más en la organización de la empresa. La mitad de los periodistas percibe regular o mal la acumulación de tareas dentro de las rutinas productivas, frente al mismo porcentaje que lo contempla bien o muy bien. El impacto digital ha modificado en mayor medida las rutinas de producción en relación a la disponibilidad de más recursos y herramientas para la cobertura informativa y el tratamiento de la información. Los contenidos periodísticos se han visto modificados respecto al tiempo de preparación (45,45%) y a su calidad y originalidad (13,64%).

La agenda mediática se ha transformado por el predominio de contenidos originados en redes sociales o entornos web (45,45%) y en su orientación (27,27%). Respecto a las fuentes informativas, el impacto digital se ha manifestado igualmente (22,73%) en la dependencia de Internet para obtener información, en la veracidad y confiabilidad en las fuentes y en los hábitos y el modo de relación con ellas. Las formas de contacto más frecuentes son el correo electrónico y el contacto directo o personal, ambos con un 22,73%.

Sobre la situación laboral del periodista durante el proceso de digitalización, el 68,2% ha vivido cambios de empleo en la última década; el 54,55% de periodistas afirma no contar con doble empleo. Los tipos de contratos laborales continúan siendo fundamentalmente dos en la última década: el contrato fijo y el contrato indefinido, si bien en la actualidad han aumentado las colaboraciones remuneradas. La mitad de los periodistas disfrutó en la última década de una mejora salarial o de mayores ingresos netos anuales, frente al 40,91% que experimentó una reducción de entre el 21-50%. En los últimos diez años, el 45,45% de los periodistas mejoró sus condiciones salariales y el 40,91% las mantuvo.

Figura 1. Modo en el que los periodistas se adaptaron a la configuración digital en los medios de comunicación



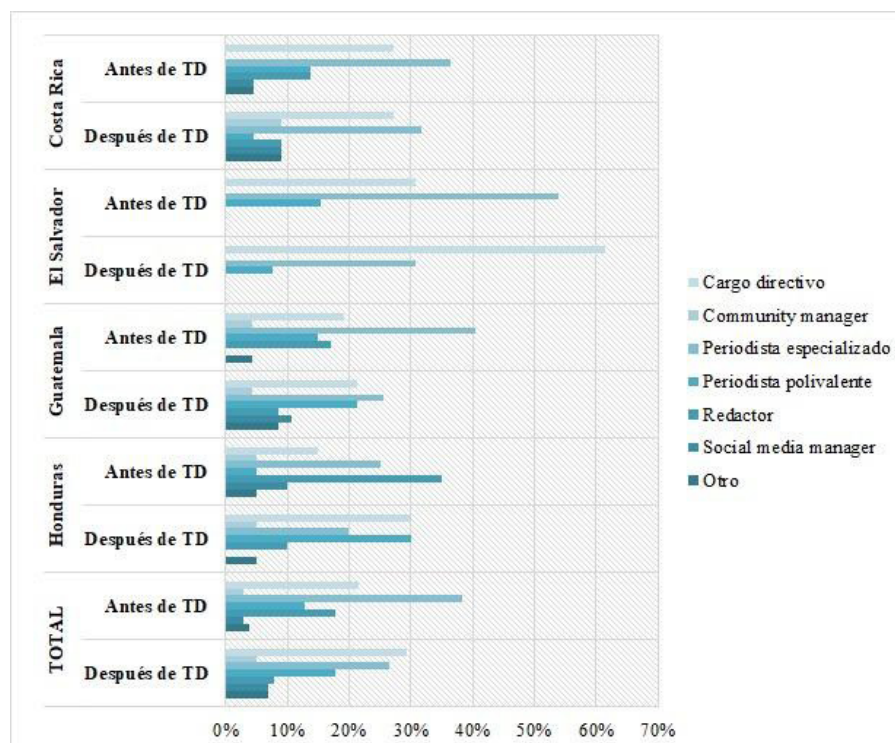
Fuente: elaboración propia

El 45,45% considera que la empresa lo valora más por ser rápidos y resolutivos ante cualquier problema y por contar con altas competencias tecnológicas (18,18%). La digitalización en la empresa es calificada especialmente como positiva porque proporciona mayor comodidad para trabajar y negativa, por la competencia profesional desmedida. La falta de inversión económica en el sector (36,36%) y de conocimientos sobre el tema (31,82%) son los principales condicionantes de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial. En el ejercicio del periodismo actual, es básica la formación tecnológica continua del periodista (36,36%).

4.1.2. El Salvador

El 84,62% de los periodistas son licenciados o graduados en Periodismo o Comunicación y el 15,38% los son en disciplinas análogas, siendo el 92,31% periodistas vocacionales. El 61,54% acumula una experiencia profesional en el sector de entre 11-20 años y el 30,77%, de más de 20 años. Los periodistas trabajan mayoritariamente en medios digitales (53,85%), sobre todo, en temática económica (61,54%) y el 30,77% ocupa o ha ocupado cargos directivos. La experiencia en redacciones digitalizadas se sitúa en torno a una década o más para el 76,93%. La formación digital fue adquirida de manera autodidacta o por la práctica profesional. Antes de la digitalización, el perfil profesional era fundamentalmente especializado, mientras que en la actualidad se impone el de cargo directivo, como refleja la figura 2. Las competencias tecnológicas son las más asimiladas en el proceso de digitalización mediática.

Figura 2. Perfiles profesionales antes y después de la transformación digital en los medios de comunicación



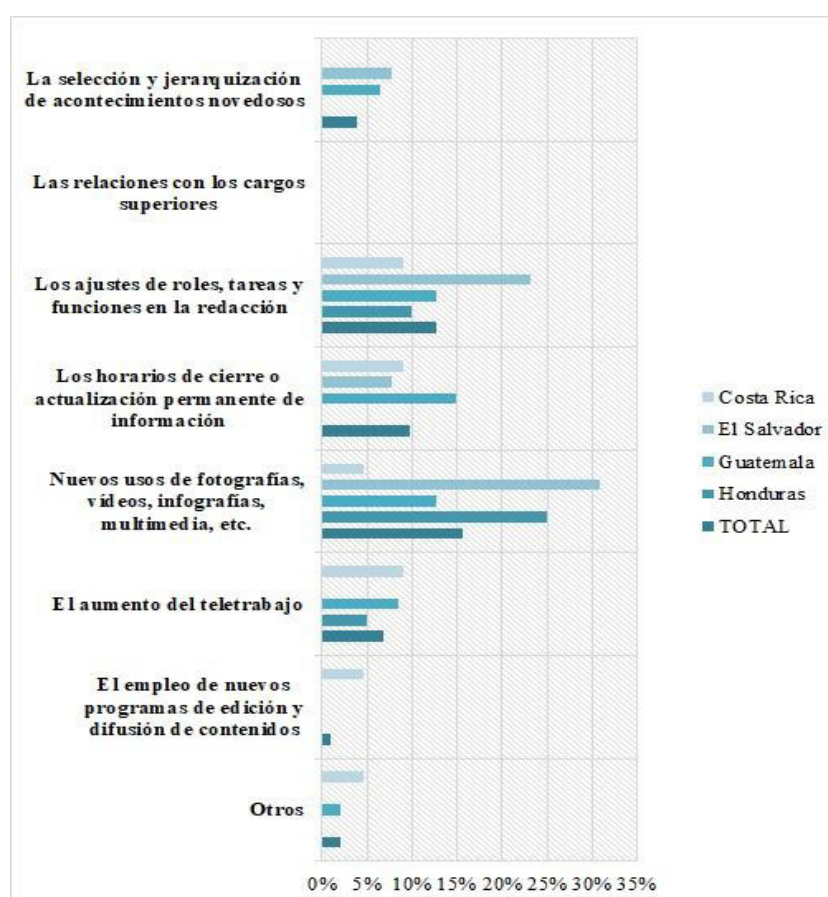
Fuente: elaboración propia

La acumulación de tareas en el periodista/redactor dentro de las rutinas productivas del medio se percibe regular (46,15%). En general, el 92,3% cree que el impacto digital en la empresa periodística es positivo o muy positivo y ha tenido mayor influencia en la innovación y formatos

del producto periodístico. Se han modificado las rutinas de producción especialmente en relación a los nuevos usos de fotografías, vídeos, infografías, multimedia, etc. (véase figura 3). Los contenidos periodísticos han variado respecto al tiempo de preparación (53,85%) y la dependencia de la actualización constante (30,77%). La agenda mediática se ha reformado respecto a los criterios de selección y jerarquización de temas (38,46%). Para el 53,85%, la reconversión digital ha alterado la relación con las fuentes informativas en el nivel de contrastación de las fuentes primarias, seguido del predominio de redes sociales (23,08%). Entre las formas de contacto más usuales se hallan las redes sociales (46,15%).

El 53,84% ha cambiado de empleo en la última década, siendo el valor más destacado el porcentaje de periodistas que lo ha hecho en tres ocasiones (38,46%); el 53,85% manifiesta no tener doble empleo. En la última década, el tipo de contrato laboral mayoritario ha sido el contrato fijo y se mantiene igual en la actualidad. Los ingresos netos anuales en los últimos diez años se vieron afectados y el 69,23% obtuvo reducciones de ingresos entre el 21-50% (46,15%). El mismo valor del 15,38% es obtenido por el incremento de los ingresos netos anuales y del salario. El 38,46% mejoró sus condiciones salariales y el 23,08% perdió beneficios de ley.

Figura 3. Modificación de las rutinas de producción por el impacto digital en los medios de comunicación



Fuente: elaboración propia

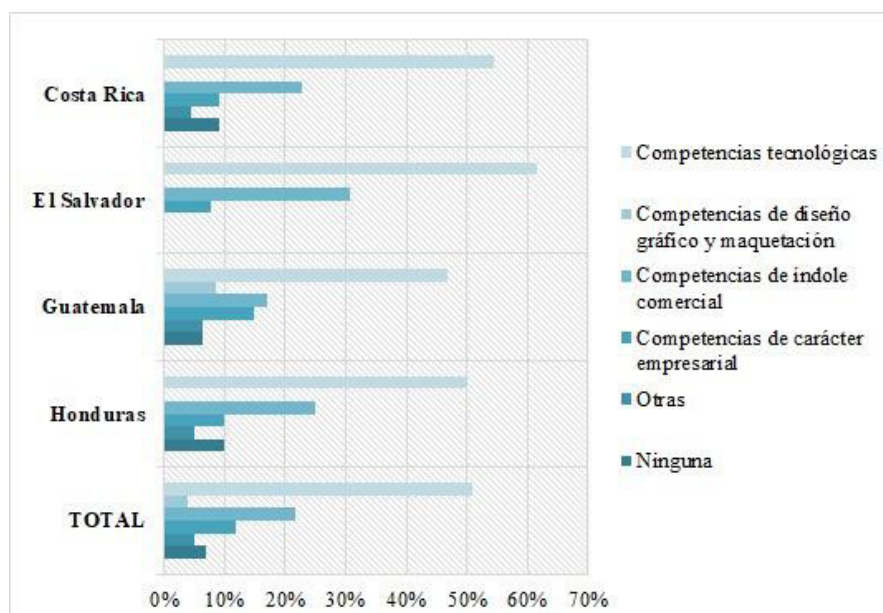
Entre los motivos por los que los periodistas creen que son mejor valorados por la empresa se hallan: redactar de manera creativa y original y ser rápidos y resolutivos ante cualquier problema, ambos con un 23,08%. La digitalización en la empresa es especialmente positiva porque otorga mayor prestigio profesional y reconocimiento individual de su trabajo, y concede una mayor productividad, mientras que es negativa porque genera precariedad laboral. El

principal condicionante de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial es atribuible fundamentalmente al contexto político y social (38,46%). Un 61,54% considera que en el ejercicio del periodismo actualmente es básica la redefinición de especialidades de acuerdo a los avances tecnológicos.

4.1.3. Guatemala

El 72,34% de los periodistas son licenciados o graduados en Periodismo o Comunicación por vocación (74,47%). El 44,68% acumula una experiencia profesional en el sector de entre 11-20 años y casi la mitad trabaja en medios de soporte digital (48,94%). El área de especialización política es la más numerosa (40,43%). El 79,95% de los periodistas trabaja en una redacción digitalizada desde la última década y más del 80% se adaptó de manera autodidacta o por la práctica profesional. El 40,43% ocupa o ha ocupado cargos directivos. El perfil profesional con el que se reconocían más antes de la digitalización es el de periodista especializado, que sigue imperando en la actualidad, pero en menor medida, seguido de cerca por el de cargo directivo y periodista polivalente; el *social media manager* alcanza el 10,64%. Las competencias tecnológicas han sido las más asumidas en el proceso de digitalización (véase figura 4).

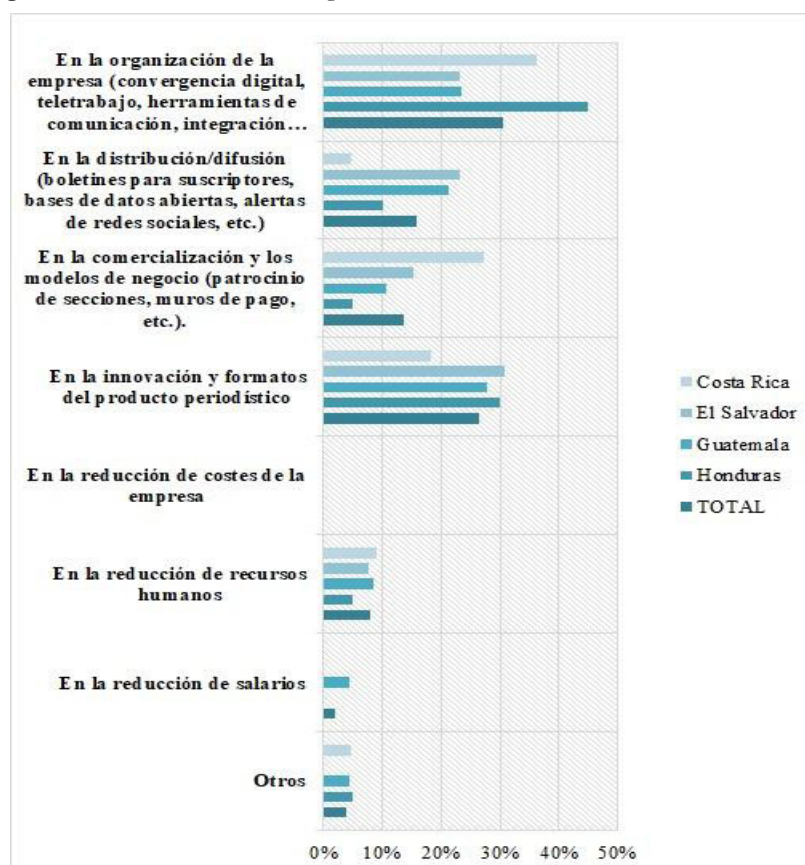
Figura 4. Competencias asumidas por los periodistas en el proceso de digitalización mediática



Fuente: elaboración propia

El 40,43% encuentra regular la acumulación de tareas en el periodista/redactor dentro de las rutinas productivas del medio. El 82,98% considera que la reconversión digital en la empresa periodística es positiva o muy positiva y ha influido especialmente en la innovación y formatos del producto periodístico y en la organización de la empresa, como expone la figura 5.

El impacto digital ha modificado en mayor medida las rutinas de producción por el aumento de empleo de recursos novedosos, por el tratamiento de la información y por los horarios de cierre o actualización permanente de información. También ha contribuido a reformar los contenidos periodísticos respecto al tiempo de preparación (34,04%), se ha modificado la agenda mediática, sobre todo, por el predominio de contenidos provenientes de redes sociales o entornos web (40,43%) y las fuentes, por la dependencia de Internet para obtener información (25,53%), junto a la veracidad y confiabilidad (23,4%). Las formas de contacto más frecuentes con las fuentes de información son el teléfono (38,3%) y las redes sociales (34,04%).

Figura 5. Influencia de la digitalización en los medios de comunicación

Fuente: elaboración propia

El 87,23% de los periodistas ha cambiado de empleo en los últimos diez años, concretamente, el 61,7% han cambiado dos o tres veces, el mismo valor que los que manifiestan que tiene otro empleo además del de periodista. Sobre los tipos de contratos laborales más habituales en la última década, destaca el contrato fijo. Actualmente, el 38,3% de los periodistas tiene un contrato temporal o trabaja sin contrato. El 34,04% percibió algún tipo de mejoras –mayores ingresos netos anuales, 23,4%; aumento salarial, 10,64%– frente al 61,7% de reducciones en la última década. En relación a la modificación de las condiciones laborales en los últimos diez años, el 42,55% de los periodistas perdió beneficios de ley.

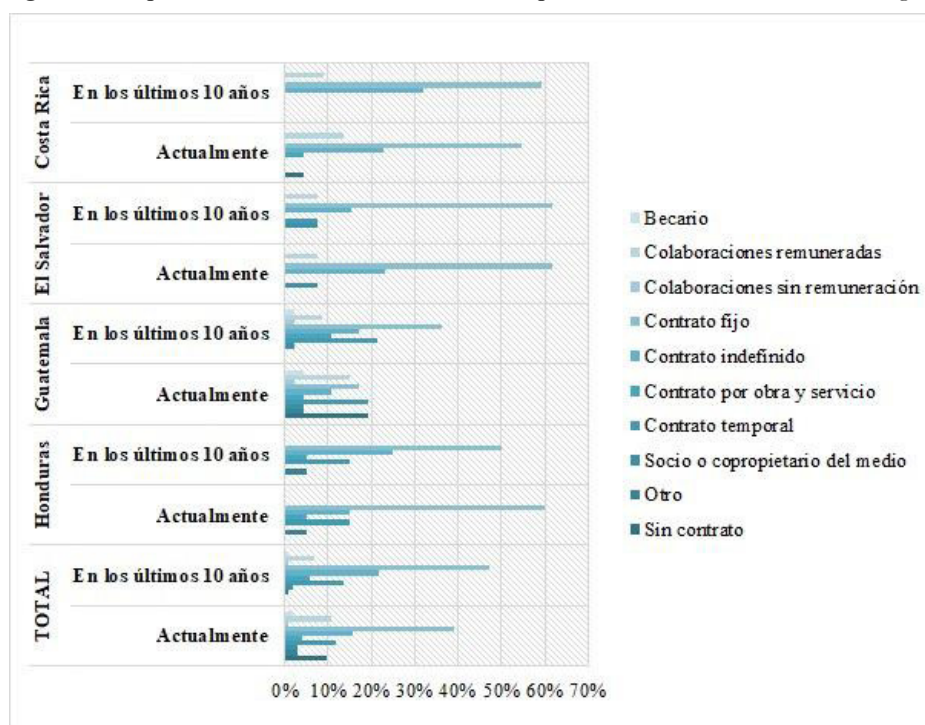
Los periodistas creen que son más valorados en su empresa por proponer nuevos temas (21,28%) y por ser rápidos y resolutivos ante cualquier problema (19,15%). La digitalización es estimada como positiva porque aporta mayor comodidad para trabajar y como negativa porque conlleva precariedad laboral, seguido de estrés, problemas de salud y personales, y bajas laborales. El principal condicionante de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial es la falta de inversión económica en el sector (38,3%). Las opiniones están más fragmentadas en cuanto a que en el ejercicio del periodismo actualmente es básico los mejores salarios (29,79%) y la formación tecnológica continua del periodista (27,66%).

4.1.4. Honduras

El 95% de los periodistas son licenciados o graduados en Periodismo o Comunicación por vocación (90%). El 75% posee una experiencia profesional menor –menos de 5 años (40%) y entre

6-10 años (35%)—. Se impone el trabajo en soporte multiplataforma (40%) y televisión (25%) en cualquier área temática (55%). El 65% no ocupa o no ha ocupado cargos directivos. El 80% de los periodistas trabajan en una redacción digitalizada desde los últimos diez años, siendo la adaptación de manera autodidacta o por la práctica profesional. Los perfiles profesionales con los que se identificaban más antes del proceso de reconversión digital son de redactor y periodista especializado, mientras que los perfiles con los que se reconocen actualmente son periodista polivalente y especializado. La figura del *community manager* sólo se ve representada en un 5%.

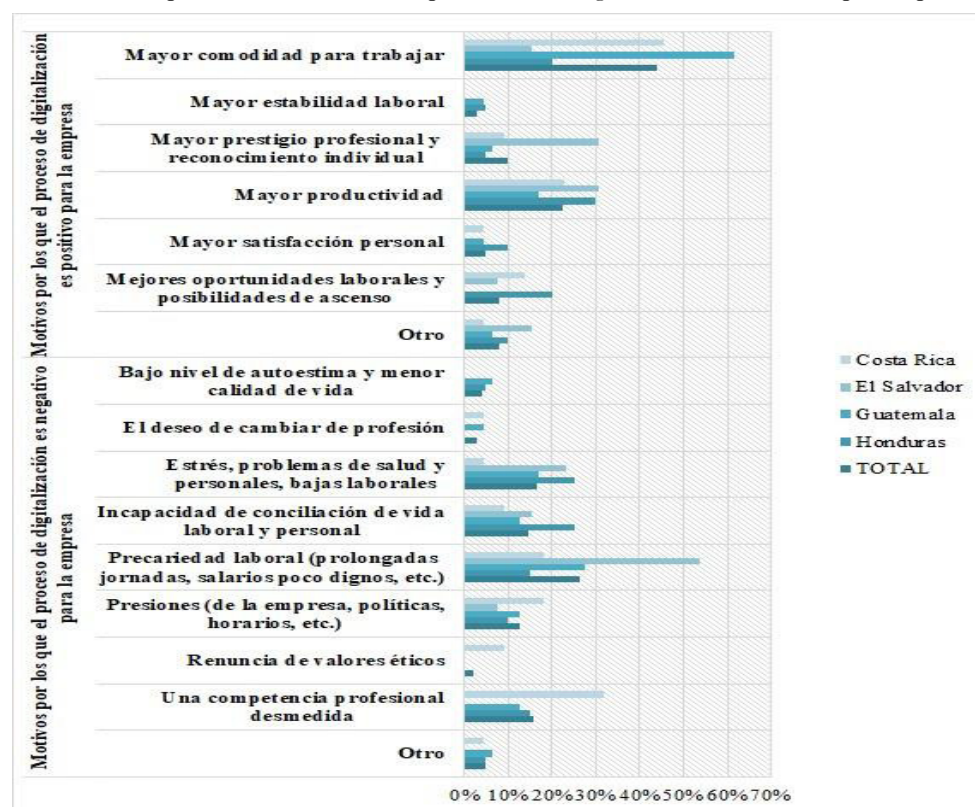
Figura 6. Tipos de contratos laborales en el proceso de transformación digital



Fuente: elaboración propia

Las competencias tecnológicas son las más altamente asimiladas durante la digitalización. La acumulación de tareas en el periodista/redactor dentro de las rutinas productivas del medio es vista bien o regular (90%). El 95% considera que el impacto digital en la empresa periodística es positivo o muy positivo y la digitalización ha influido más en la organización de la empresa. Las rutinas productivas se han visto afectadas en gran parte por el mayor uso de recursos novedosos. Con respecto a la agenda mediática, el cambio se ha percibido especialmente en la orientación de los contenidos (35%) y el predominio de contenidos provenientes de redes sociales o entornos web (25%), y, en las fuentes informativas, el impacto está relacionado con su veracidad y confiabilidad (25%). Las redes sociales (40%) y el teléfono (30%) son las principales formas de contacto con las fuentes.

Sobre la situación laboral del periodista a lo largo del proceso de reconfiguración digital, el 60% de los periodistas no ha cambiado de empleo en la última década, con lo cual la estabilidad laboral es considerable; sólo el 20% reconoce tener doble empleo. En los últimos diez años, el contrato fijo ha sido mayoritario y se mantiene actualmente, aunque se percibe un ascenso del contrato temporal (véase figura 6). Los periodistas tuvieron un 50% de mejoras –mayores ingresos netos anuales o salario mayor–, mientras que el 35% vio reducidos sus ingresos entre un 10-20%. Sobre la modificación de las condiciones laborales en la última década, el 45% mejoró sus condiciones salariales y el 25% perdió beneficios de ley.

Figura 7. Motivos para considerar el impacto de la digitalización en la empresa periodística

Fuente: elaboración propia

Un 25% cree que su empresa lo aprecia más por acatar órdenes sin contraposición, el mismo porcentaje que lo atribuye a ser rápido y resolutivo ante cualquier problema. La reconversión digital en la empresa es valorada positivamente porque proporciona mayor productividad y, negativamente porque origina estrés, problemas de salud y personales, y bajas laborales y genera incapacidad de conciliación de vida laboral y personal, como recoge la figura 7. El principal condicionante de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial es el contexto político y social (35%). El 65% considera que en el ejercicio del periodismo actualmente es básica la formación tecnológica continua del periodista.

4.2. Análisis cualitativo

4.2.1. Costa Rica

El proceso de digitalización en Costa Rica, la pandemia “aceleró el proceso que ya se venía dando a pasos agigantados” (PCR 1), siendo en todo caso positivo para la producción noticiosa al permitir la presentación de “historias enriquecidas con piezas gráficas, videos, audios e incluso involucrando a las audiencias en el proceso mediante las redes sociales” (PCR 3) y al agilizar la llegada de la información al público, pero también ha disminuido “la calidad de los contenidos, pues los medios priorizan volumen sobre profundidad” (PCR 2).

Las principales modificaciones en las rutinas de producción están relacionadas especialmente con el área de recursos multimedia (PCR 1), “las franjas horarias más flexibles para cubrir con la planilla más horas del día, obligatoriedad de crear contenido diferenciados para redes sociales y priorizar notas más cortas” (PCR 2), además de “la jerarquización del contenido en pro del clic fácil” (PCR 3). Sobre las posibles implicaciones del contacto a través de redes sociales en

la calidad y profundidad informativa están conectadas con la dificultad de la retroalimentación informativa (PCR 2), la pérdida de la comunicación no verbal a través de la pantalla (PCR 3) y la importancia del contacto humano en las entrevistas (PCR 1).

Con todo ello, el trabajo periodístico “ha perdido calidad porque el trabajo del periodista es intelectual, requiere tiempo y eso es lo que hoy escasea” (PCR 2). La acumulación de competencias se puede observar como un extra que permite desarrollar más contenidos (PCR 1), aunque se aceptan más las competencias de índole tecnológica que comercial porque “mezclar periodismo y publicidad resta credibilidad” (PCR 3).

. En la relación entre digitalización y la calidad de la información, “la digitalización es una herramienta que no tiene nada que ver con la calidad; la calidad es competencia del periodismo” (PCR 3). La reducción de tiempo de lectura en Internet no es sinónimo de peor calidad (PCR 1), igual que tampoco es proporcional la cantidad con la calidad de información (PCR 2).

En relación a la situación laboral del periodista durante el proceso de digitalización mediática, el periodista multitarea se encuentra sobrecargado de trabajo; se le solicita que posea conocimientos de otras disciplinas cuando son realmente otras profesiones (PCR 1) y esto se ve reflejado en la disminución de plantillas con “trabajadores desechables y mal pagados” (PCR 2). Se hace necesario un cambio de legislación laboral para regular la desconexión de los trabajadores (PCR 3). En este sentido, la inversión de los medios de comunicación en la formación de sus profesionales es importante (PCR 3), aunque hay falta de interés en ello (PCR 2), pero, en cualquier caso, “si el medio donde se trabaja no brinda esas herramientas, de manera personal debemos buscar la forma de estar actualizados” (PCR 1). Entre las principales motivaciones para cambiar de empleo, se encuentran la falta de flexibilidad con “jornadas extenuantes sin tener calidad de tiempo para la familia” (PCR 1) y “los salarios a la baja y las cargas laborales en aumento” (PCR 2). Además, “un salario de periodista no es competitivo y el aumento en el costo de la vida ha mermado mucho la calidad de los periodistas en Costa Rica” (PCR 2).

Sobre los efectos de la reconversión digital en la empresa periodística, entre los principales desafíos de la redacción digitalizada se hallan la lucha contra las *fake news* (PCR 1), intentar el equilibrio entre profundidad e inmediatez (PCR 2), así como “pedir cuentas a los funcionarios públicos y tener una herramienta de memoria histórica” (PCR 3). En todo caso, el periodismo no ha cambiado, sino que está vinculado al modelo de negocio: “el periodismo sigue siendo periodismo y no está en crisis; lo que está en crisis es la manera en que los medios de comunicación generan ganancias y solventan los costos” (PCR 3).

4.2.2. El Salvador

El impacto de la digitalización en el proceso de producción noticiosa en los medios salvadoreños se percibe en la ampliación de la capacidad informativa en diferentes plataformas (PES 1), la liberación de la información de interés público y la revelación de casos de corrupción que no se habrían conocido (PES 2), y en la evolución desde la prensa tradicional al pensamiento *transmedia* (PES 3). Asimismo, se reconoce que “la sociedad salvadoreña absorbió con ligereza la digitalización [...], pero los medios tradicionales no supieron leer el avance y el impacto que éste tuvo, por lo que muchos quedaron rápidamente desfasados” (PES 4).

Los principales cambios en las rutinas productivas afectan a los horarios laborales y relaciones personales (PES 1), a la jerarquización de información y recursos multimedia (PES 3, PES 4), siendo uno de los principales beneficios el empleo de nuevas narrativas para contar historias (PES 2). La cantidad y profundidad de los contenidos ha quedado comprometida con la digitalización al conllevar más información, pero menos profundidad y calidad (PES 1, PES 3), aunque el “método periodístico nunca se pone en discusión” (PES 2) y se deben generar menos contenidos (PES 4). Si bien la calidad informativa no la “define el canal sino el contenido del

mensaje” (PES 3), las principales repercusiones son la disminución de confianza entre fuente y redactor en las entrevistas (PES 1), la inexistencia de la fuente tras las redes sociales (PES 4) y la necesidad de continuar empleando fórmulas clásicas para conseguir información confidencial (PES 2). Se apuesta por la especialización, aunque se cuente con conocimientos de distintas áreas: “hay que ser *multitask* en el trabajo, pero las funciones específicas y con resultados deben estar medidas por áreas” (PES 1), esto es, “periodistas especializados para cada área y con tareas bien establecidas” (PES 2). Asimismo, es importante que el redactor proponga estrategias de difusión (PES 3) y que asuma nuevos roles a riesgo de “ser relevado por considerarse incapaz de hacer frente a las nuevas ‘exigencias’ del trabajo” (PES 4).

La pérdida de calidad informativa, como consecuencia de que el periodista aglutina más competencias, se ha dado “sobre todo en medios tradicionales que se han tenido que reconfigurar” (PES 1). Las opiniones oscilan entre que “la adquisición de otras competencias puede potenciarla” (PES 3), depende de las apuestas de los medios porque “la dinamización de la difusión de información no está divorciada de la rigurosidad y profundidad” (PES 2) o se pierde calidad por la presión a la que está sometido el periodista para hacer tareas periodísticas y de otros roles (PES 4).

La situación laboral del periodista durante el proceso de digitalización mediática es dispar. En El Salvador los periodistas mejor pagados trabajan en medios de comunicación independientes (PES 2). En la labor periodística “se toman muchos riesgos que no son reconocidos por el patrono” y se vulneran oportunidades de desarrollo personal y laboral (PES 4), además de ser “uno de los oficios peor pagados en las ciencias sociales”, por lo que “los periodistas están dejando de hacer periodismo y haciendo otras cosas que le generen ingresos” (PES 1).

Respecto a las causas apuntadas sobre los cambios de empleo son diversas: mejoras salariales o desmotivación (PES 2), falta de seguridad laboral, sueldos precarios e industrialización de la información (PES 3), y “las remuneraciones y los ambientes laborales” (PES 4). También lo son las consecuencias: atracción de “un equipo profesional mediocre” (PES 1), “las redacciones se quedan con periodistas jóvenes a quienes les cuesta más hacer su trabajo” (PES 2), “muchos medios independientes se especializan en métodos y temas a los que periodistas de reporteo diario no están acostumbrados y terminan yéndose” (PES 3) y son sustituidos por periodistas “en muchos casos, sin experiencia o desconocimiento del contexto coyuntural de la región o el país” (PES 4). Siguiendo esto, “la falta de capacitación por parte de la empresa al personal puede jugar en contra del medio” (PES 4), pero, también es el periodista “quien debe buscar ser curioso y aprender todo lo relacionado a la tecnología”, aunque la empresa juegue un papel de refuerzo (PES 1) para realizar un mejor trabajo que beneficia al medio (PES 2). Igualmente, se debe tener en cuenta el desfase de las herramientas tecnológicas, no así las estrategias de marketing y difusión” (PES 3).

Entre los principales desafíos de trabajar en una redacción digitalizada se apunta al “manejo de los recursos digitales” (PES 1) y la manutención del “método periodístico que no cambia y que se basa en la investigación y reconfirmación de la información” (PES 2), toda vez que se reconoce que “en el contexto actual de El Salvador, la falta de fuentes oficiales impide tener inmediatez y veracidad, por lo que el medio digital se arriesga hacer blanco de señalamiento por el oficialismo” (PES 4) y se anota “la falta de recursos para la adquisición de licencias de herramientas web, saturación de información, inmediatez más aguda y falta de recursos humanos” (PES 3).

4.2.3. Guatemala

El proceso de digitalización en los medios de comunicación en Guatemala provocó cambios cuando “no estaban preparados, generando improvisación y provocando en el modelo de adaptación despidos, reducción de salarios y pérdida de audiencias” (PG 1). Con el paso del

tiempo se observan sus posibilidades: más formatos para presentar contenidos que brindan experiencias “hiperrealistas” y permite llegar a más público (PG 2) y la apuesta por la innovación (PG 3) y la diversificación, dado el cambio en el comportamiento de la publicidad, como pieza clave en los ingresos (PG 4).

Las rutinas que han cambiado están vinculadas a “la planificación para distintos canales de distribución y segmentación de las audiencias”, mientras se mantiene “el proceso de germinación de la noticia, las técnicas de investigación, los métodos de análisis y contraste” (PG 1). Por otra parte, los periodistas se han visto obligados a producir más contenidos en menor tiempo, lo que implica limitaciones en la profundidad de las investigaciones (PG 2), además de que evidencia la necesidad de afinar los perfiles profesionales y hallar un modelo de sostenibilidad (PG 4).

No se establece una relación directa entre la mayor o menor profundidad de la información y la calidad porque “los pilares del periodismo deben seguir siendo los mismos” (PG 1). La calidad de los contenidos no está unida a las competencias adquiridas por el periodista que en las redacciones digitalizadas están en fase de pulirse (PG 4). Los retos de las redacciones son procurar la profundidad y rigurosidad periodística a pesar de lo que implica la digitalización (PG 2). En los últimos tiempos, por trabajar el concepto productivo mediante la evaluación de interacciones y clics, se compromete la calidad por la cantidad (PG 3). No obstante, hay que diferenciar entre medios tradicionales digitalizados y nativos digitales, donde “se prima la especialización, por lo tanto, la calidad es más exigente” (PG 4).

Sobre el contacto con las fuentes en el proceso de digitalización, “repercute en la confianza que una fuente pueda tener con el periodista y se refleja en la poca profundidad de los textos periodísticos” (PG 2). Pese a ello, “la profundidad con que se aborda una información no debería pasar por la forma en que se contacta o relaciona con las fuentes directas” (PG 1) y “los nuevos métodos de mensajería o de entrevistas no dejan de ser fiables o verídicos” (PG 4).

El periodista, actualmente “no hace sólo el trabajo de reportear y redactar, sino que también escribe texto para redes sociales y maneja diversas plataformas y aplicaciones” (PG 3). Ello no está relacionado exclusivamente con la exigencia de los medios, también con las de las audiencias que “comenzaron a ser más exigentes de contenidos de calidad ante la alta sobre exposición de contenidos aficionados a través de las redes sociales” (PG 1). El ideal sería que “los medios de comunicación tuvieran recursos para que los periodistas no realizaran más de un rol en el medio” (PG 2). En todo caso, conviene distinguir la multitarea de la multitemática, estando la primera orientada a la adaptación (PG 4).

Los principales motivos argüidos sobre la inestabilidad laboral son: el factor generacional (los jóvenes cambian frecuentemente de trabajo) (PG 1), los problemas financieros del medio (a veces, es preferible aumentar salarios a los periodistas en plantilla en lugar de firmar nuevos contratos precarios) (PG 2) y la aceptación de primeros trabajos de bajo salario (PG 3). Entre las principales implicaciones para los medios se hallan: la inexistencia de procesos de formación de periodistas que permitan generar una cultura organizacional (PG 2), la precariedad laboral que compromete la calidad del trabajo (PG 3) y la pérdida de “experiencia y el criterio afinado en la toma de decisiones o seguimiento de la agenda informativa”, a lo que se contrapone la “reinención” en la carrera profesional (PG 4). El cambio de empleo “implica un desgaste emocional para el periodista y lo motiva a buscar oportunidades laborales ajenas al periodismo” (PG 2). Además, “el cambio de la industria de medios, las dinámicas contractuales, las reducciones salariales y el aumento del campo de *freelances* ha empujado a que los periodistas deban equilibrar sus ingresos” y buscan proyectos, convocatorias de financiamiento individual o comparten sus tareas periodísticas con actividades académicas e investigadora o consultorías (PG 4).

Asimismo, la economía de Guatemala ha tenido contracciones y los medios de comunicación tradicionales han sufrido un cambio profundo “por la pérdida de pauta tradicional”, lo que están en proporción con la facturación de ingresos que afecta a los salarios de los periodistas

(PG 1). Se necesita una mayor inversión en la formación digital de los profesionales “en beneficio del propio medio y en la profesionalización del recurso humano” (PG 4) y porque, de no hacerlo, “el periodismo que se produzca no estará a la altura de las expectativas de las audiencias” (PG 2).

Los principales desafíos de trabajar una redacción digitalizada son: “entender a las nuevas audiencias y adaptar los contenidos tradicionales a ellas” (PG 1), la sostenibilidad financiera (PG 2), la provisión de herramientas tecnológicas por parte de las empresas periodísticas (PG 3) y el constante estudio sobre la dinámica de las nuevas audiencias (monitoreo de plataformas de distribución de contenidos e innovación en contenidos, formatos y métricas) (PG 4).

4.2.4. Honduras

La producción noticiosa de los medios hondureños se vio impactada por la digitalización de modo positivo porque ha generado “mayor rapidez de la información, diversidad de medios, diversidad de miradas en la noticia” (PH 2) y ha permitido “aprender a trabajar en plataformas digitales sincronizadas y prepararse para competir en un mundo en donde la virtualidad llegó para quedarse” (PH 3).

El cambio en las rutinas ha implicado sobrecarga laboral (PH 1), mayor uso de los recursos multimedia (PH 2), más roles, más trabajo y nula flexibilidad de horarios (PH 3). Los contenidos periodísticos han variado respecto al tiempo de preparación (50%). En la relación entre calidad y cantidad de información, la oferta de mayor cantidad de información conlleva una menor calidad de los contenidos (PH 1, PH 2, PH 3). El empleo de medios digitales para contactar con ellas es negativo porque “la fuente digital carece de confiabilidad” (PH 1), se pierde “ver los gestos corporales y otros elementos que sólo se logran estando frente a frente con las personas entrevistadas” (PH 2) y al no asistir a las ruedas de prensa, los periodistas “no pueden hacer las preguntas y repreguntas necesarias, pierden el sentido del olfato y la observación [...]; ello afecta la calidad” (PH 3). La distribución de la carga en la era digital debería ser “mediante la capacitación” (PH 1) “para apostar a contenidos de mayor calidad” (PH 3). Además, para evitar que los periodistas tengan múltiples tareas “deben existir en los medios de comunicación asignaciones específicas a cada periodista” (PH 2). Además, la calidad periodística se ve sacrificada cuando se asumen más competencias (PH 2), muchas de las cuales “no son acordes con el oficio” (PH 1), “de ahí la importancia de ‘reordenar’ la convergencia digital a la que apuestan los medios” (PH 3).

La precarización laboral en el periodismo hondureño es muy fuerte y la labor periodística con los riesgos que conlleva no es está bien remunerada –hay periodistas en las zonas del interior del país que les pagan por noticia enviada unos quince dólares y no pueden enviar más de dos diarias de lunes a viernes. Pese a que está fijado el salario mínimo para los periodistas, no todas las empresas lo cumplen y algunas de ellas permiten que el periodista venda publicidad y comprometa su ética en lugar de pagar ese salario; los periodistas que no comprometen su labor ética optan por trabajos de *freelance* o acceden al ámbito académico (PH 2, PH 3). Siguiendo esto, “la calidad laboral y de bienestar merma y hay frustración laboral” (PH 1). Las principales motivaciones para cambiar de empleo son: “el exceso de trabajo y horarios extendidos por menor salario” (PH 1), “el tema salarial y las cargas laborales” (PH 2) y el surgimiento de mejores oportunidades laborales por los bajos salarios, lo cual implica una falta de retención de talento por parte de los medios; esto “impacta en la calidad de las redacciones cuando asume gente sin mucha experiencia y conocimiento del entorno y del país” (PH 3). En este sentido, los medios de comunicación deberían invertir más en la formación digital de sus profesionales por la alta competencia (PH 1). La formación debe centrarse especialmente en “las tendencias y el manejo y convivencia de las redes sociales para no caer en campañas de desinformación o falsas noticias [...]”. No basta con saber usar un dispositivo móvil, sino tiene claro dónde está la noticia y cómo abordarla” (PH 3).

Entre los desafíos más notables para trabajar en una redacción digitalizada, se sitúan principalmente la adaptación de los contenidos (PH 1) y “hacer uso efectivo del periodismo multimedia” (PH 2), así como “la formación periodística y su visión noticiosa y mejora de contenido de calidad periodística” (PH 3).

5. Discusión y conclusiones

Este estudio aporta una nueva visión del contexto periodístico en el proceso de reconversión digital de Centroamérica en la última década desde una metodología mixta que complementa a las empleadas anteriormente en los trabajos de los distintos países estudiados.

Si nos detenemos por países, los resultados obtenidos entre los periodistas de Costa Rica concretan otros publicados en la segunda década del siglo XXI sobre el potente impacto digital en los medios de comunicación. De este modo, se reconoce el contexto en el que se desarrolla el estudio de Carazo y Halabi (2019), aunque suma las circunstancias de la pandemia de COVID-19 como impulsor del proceso de transformación digital. Se encuentra en la línea de combinación de la experiencia y los nuevos nichos de mercado en la profesión (Arce y Morales, 2016), puesto que el mayor rango de edad de los encuestados se sitúa entre los 35-50 años, con una extensa experiencia profesional y una asunción de competencias tecnológicas. Más del 75% de los periodistas encuestados se han adaptado a la digitalización, pero comparten soportes tradicionales y digitales. Más que en los perfiles profesionales –se imponen los tradicionales a las figuras 2.0–, se ha innovado en las rutinas de trabajo, al existir más disponibilidad de recursos y herramientas para la cobertura informativa, por lo que se han actualizado notablemente las influencias de las dinámicas de las redacciones el proceso de producción de contenidos periodísticos digitales (Vindas, 2010). Aunque existen mejoras salariales y cierta estabilidad laboral a través del contrato fijo o indefinido, han aumentado las colaboraciones y la sobrecarga de trabajo, lo que ha llevado a casi el 70% de los periodistas a cambiar de empleo.

El impacto digital es observado mayoritariamente en El Salvador como positivo, coincidiendo con los hallazgos de López (2020). Ya no se da la prevalencia de medios impresos sobre digitales (Canizales, 2013), puesto que la mayor parte de los periodistas trabaja para multiplataforma. Los resultados del estudio realizado por Vidales (2012) hace una década coinciden con los resultados de la presente investigación en líneas generales: actualmente no llega al 50% los periodistas que combinan su trabajo con otro esporádico o temporal. Se sigue contratando personal formado en Periodismo (más del 84%). Asimismo, se deduce una cierta estabilidad laboral, promovida por el contrato fijo (más del 60%), pero hay signos de precariedad, sobre todo, para los periodistas que no trabajan en medios independientes –se han experimentado reducciones de ingresos entre el 21-50%– como el hecho de que más de mitad de los periodistas encuestados haya cambiado de empleo en la última década, especialmente en tres ocasiones, siendo una de las causas principales la desmotivación o la falta de seguridad laboral, junto a las prolongadas jornadas y los bajos salarios, sobre lo que se coincide con el contexto empresarial descrito por Carballo (2017).

El crecimiento gradual de usuarios con acceso a Internet (Alas, 2016) en Guatemala, se ha visto reflejado en el trabajo de los periodistas, casi la mitad de los cuales trabaja en medios de comunicación en soporte digital. Además, más del 70% de los periodistas son licenciados o graduados en Periodismo o Comunicación. Como plantea Alas (2016), no predominan los ciberperiodistas, pero sí los periodistas que han tenido que arrojarse competencias tecnológicas mayoritariamente y de manera autodidacta: casi el 80% trabajan en una redacción digitalizada desde los últimos diez años. Pese a ello, el perfil imperante es el de periodista especializado y las figuras profesionales 2.0 no son demasiado representativas. Por su parte, la reticencia a la tecnología ha sido superada y un 61,7% considera que la digitalización es positiva porque aporta mayor comodidad para trabajar. En el plano laboral, sí se recogen grandes signos de precariedad con altos porcentajes en cambios de empleo, doble empleo, reducciones salariales y pérdida de beneficios de ley.

Respaldamos la idea de Perdomo (2016) sobre que el periodismo digital se desarrolla a buen ritmo en Honduras. El 95% de los periodistas son licenciados o graduados en Periodismo o Comunicación, no obstante, estamos ante periodistas con experiencia una profesional menor que trabaja fundamentalmente en soporte multiplataforma. El 80% trabaja en una redacción digitalizada desde hace diez años, por lo que las competencias más adoptadas en el proceso de digitalización mediática son las tecnológicas, siendo el perfil profesional polivalente el más característico. La inmensa mayoría considera que el impacto digital es positivo y ha influido más en la organización de la empresa. La estabilidad laboral es notable por la ausencia generalizada de cambios de empleo y el predominio del contrato fijo, aunque se da un ascenso del contrato temporal, no obstante, se reconoce cierta precarización según las zonas, con un aumento de *freelances*, incumplimiento de las empresas del pago del salario mínimo y sobrecarga de trabajo.

En este sentido, la digitalización en la empresa es considerada especialmente negativa porque origina estrés, problemas de salud y personales, y bajas laborales. El ambiente hipercontrolado y represivo que describe Herrera (2018), agudizado por diversos problemas de carácter socio-económicos, no se manifiesta en el estudio de forma clara. Sólo se alude a que en la agenda temática la principal modificación está relacionada especialmente con la orientación de los contenidos, la valoración por parte de la empresa por acatar órdenes sin contraposición y la consideración de que el contexto político y social es el principal condicionante de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial.

Entre las principales conclusiones que confirman a nivel general las hipótesis de partida sobre el impacto digital en el periodismo de Centroamérica en términos de avances y retos se hallan, considerando la violencia contra periodista y medios el principal problema actualmente (Tejedor et al, 2022):

1. La digitalización mediática ha impuesto una transformación acelerada donde se comienza a trabajar en una redacción digitalizada hace entre uno y diez años, donde las competencias tecnológicas se han adquirido de manera autodidacta. El proceso de transformación digital ha afectado a: las rutinas de producción por la disponibilidad de más recursos y herramientas para la cobertura informativa; los contenidos respecto al tiempo de preparación que es más corto; la agenda temática, por el predominio de contenidos provenientes de redes sociales, y las fuentes de información, por la veracidad y confiabilidad, siendo las redes sociales la forma de contacto más frecuente. El perfil de periodista especializado se mantiene, mientras que las figuras profesionales de entornos web (*community manager*, *social media manager*) son aún poco representativas en las redacciones.
2. La reconversión digital ha tenido implicaciones en la situación laboral de los periodistas. La acumulación de tareas, basada en la comodidad del empleo de herramientas digitales, conlleva una mayor precariedad. En los últimos diez años los periodistas cuentan mayoritariamente con un contrato fijo, pero la estabilidad ha decrecido, a la par que se han reducido los ingresos netos anuales y se han perdido beneficios de ley. En ese período, no ha sido infrecuente cambiar de empleo en dos o tres ocasiones, y la mitad de los periodistas manifiesta tener un segundo empleo.
3. Las consecuencias de la transformación digital en la empresa periodística son positivas y han influido especialmente en la organización. La falta de inversión económica en el sector y el contexto político y social son los principales condicionantes de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial. En el ejercicio del periodismo actualmente es básica la formación tecnológica continua del periodista y la redefinición de especialidades de acuerdo a los avances tecnológicos.

Con todo ello, se obtiene una primera visión de los efectos de la reconversión digital en la producción periodística de los medios de comunicación centroamericanos. No obstante, no debemos olvidar las limitaciones que tiene este trabajo al centrarse en cuatro países. Sería conveniente en futuras investigaciones ampliar el campo de estudio al resto de países (Nicaragua, Panamá y Belice) para dar cuenta de unos resultados más completos sobre el proceso de transformación tecnológica del periodismo en una región con muchas oportunidades y carencias.

Bibliografía

- Alas, R. (2016). Guatemala. En R. Salaverría Aliaga (Coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 211-223). Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Amado, A., Arroyave, J., Benítez, J. L., Chavero Ramírez, P., Garcés, M., Hughes, S., Márquez, M., Mellado, C., Moreira, S. V. y Martín Oller, A. (2016). Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales. En A. Amado y M. Oller Alonso (Ed.), *El periodismo por los periodistas* (pp. 11-25). Konrad Adenauer, Infocidadana.
- Arce Sanabria, J. L. y Morales Zúñiga, L. (2016). Costa Rica. En R. Salaverría Aliaga (Coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 97-111). Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Arroyave Cabrera, J. y Blanco, I. (2005). Cómo perciben los periodistas su profesión entre el agotamiento y la fascinación. *Investigación y desarrollo: revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano*, 13(2), 364-389. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26813207>
- Benavides, J. (2017). El newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje de las rutinas productivas de los cronistas freelances. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 28-41. <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/123>
- Benítez, J. L. (2009). Centroamérica y el Caribe: buscando alternativas. En FELAFACS, *Informe final del proyecto: mapa de los centros y programas de formación en comunicación y periodismo en América Latina y el Caribe* (pp. 41-54). Unesco/Felafacs.
- Bernal Piche, D. A. (2013). *Diagnóstico de las condiciones socioeconómicas de los periodistas en ejercicio de sus labores en el área de San Salvador* [Tesis de grado, Universidad de El Salvador]. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/160496>
- Blanck, E., Alpírez, A. C y Del Cid, M. (3 de mayo de 2021). Informe “Guatemala: estado contra la prensa y la libertad de expresión”. *Artículo19.org*. <https://articulo19.org/informeguatemala/>
- Canizales Aparicio, W. V. (2013). Periodismo escrito y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's): El caso salvadoreño. *Anuario de Investigación*, (2), 139-156. <https://diyps.catolica.edu.sv/wp-content/uploads/2016/05/9PEscritoAnVol2.pdf>
- Cantarero, M. A. (2002). Periodismo de investigación en El Salvador, amarrado por las presiones y los temores. *Revista Latina de Comunicación Social*, (46). <https://doi.org/10.4185/RLCS-2002/04>
- Cantarero, M. A. (2003). Movimientos de periodistas en Centroamérica: entre desconfianzas, debilidades y esperanzas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (54). <https://doi.org/10.4185/RLCS-2003/03>
- Carazo Barrantes, C. y Halabi García, P. (2019). Una radiografía de la industria de la comunicación en Costa Rica. Encuesta a 100 empresas del sector (2016). *Revista Reflexiones*, 98(1), 39-60. <http://dx.doi.org/10.15517/rr.v98i1.32389>
- Carballo, W. (2017). Periodistas salvadoreños: entre la espada de las pandillas y la pared policial. *Argumentos*, 30(85), 89-106. <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/21>
- Chamorro, C. F. (2001). El turno de los medios en la agenda de la democratización. *Revista Envío*, (232). <https://www.envio.org.ni/articulo/1092>
- Creswell, J. W. y Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications.
- Espinoza-Vasquez, F. K. (2018). Las TIC en Honduras: Un análisis sociotécnico. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, (44), 65-99. <http://dx.doi.org/10.15517/aeca.v44i0.34985>
- Fondo Monetario Internacional (2020). *World Economic Outlook: A long and difficult ascent*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>
- Fondo Monetario Internacional (2022). *World Economic Outlook*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/10/11/world-economic-outlook-october-2022>
- Jumique Castillo, A. (2019). Los políticos y medios en Guatemala, una relación Quid Pro Quo. *Persona y Sociedad*, 33(2), 56-85. <https://doi.org/10.53689/pys.v33i2.274>

- Koberstein, H. (1999). Políticas de comunicación y democratización: el caso de Guatemala. *Revista Latina de comunicación social*, 13(6). <https://doi.org/10.4185/RLCS-1999/06>
- López Eguizábal, F. A. (2020). Periodismo multimedia, del aprendizaje a la práctica cotidiana. Caso El Salvador. En D. Moya López (Coord.), *La comunicación como elemento transversal. Del paradigma de la complejidad a la democracia a pequeña escala* (pp. 71-92). Egregius.
- Lugo-Ocando, J. (Ed.) (2008). *The media in Latin America*. McGraw-Hill Education.
- Molina Tamacas, C. (2016). El Salvador. En R. Salaverría Aliaga (Coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 145-167). Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Perdomo de Zelaya, M. (2016). Honduras. En R. Salaverría Aliaga (Coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 225-239). Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios sociolingüísticos*, 3(1), 1-42. <https://doi.org/10.1558/sols.v3i1.1>
- Reporteros Sin Fronteras (2012). *Informe anual 2012*. https://www.rsf-es.org/wp-content/uploads/attachments/2012_INFORME_ANUAL_RSFPdf
- Reporteros Sin Fronteras (2021). *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2021*. <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-2021-tabla-de-paises/>
- Robles Rivera, F. (2021). Élités y estrategias de captura de medios en América Central. *Revista mexicana de sociología*, 1(83), 9-40. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2021.1.60021>
- Rockwell, R. y Janus N. (2003). *Media power in Central America*. University of Illinois Press.
- Rockwell, R. y Janus, N. (2001). Integración de monopolios y la oligarquía de los medios en Centroamérica. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (82), 481-499. <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i82.4688>
- Rodríguez, C. G., y Tule, L. G. (2020). Honduras 2019: persistente inestabilidad económica y social y debilidad institucional. *Revista de ciencia política*, 40(2), 379-400. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020005000112>
- Tejedor Calvo, S., Cervi, L. y Tusa, F. (2022). Periodismo en contextos de violencia, principales problemas y posibles vías de solución: percepciones de periodistas latinoamericanos. *Revista de comunicación*, 21(2), 285-306. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A14>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2012). *Medición de la Sociedad de la Información*. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2012.aspx>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2021). *Índice de desarrollo digital*. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/idi/idi-rankings.aspx>
- Urrea Cuéllar, J. (2003). La producción de noticias en medios escritos y televisivos de El Salvador. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (94), 555-587. <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i94.3954>
- Usher, N. (2010). Goodbye to the news: how out-of-work journalists assess enduring news values and the new media landscape. *New media & society*, 12(6), 911-928. <https://doi.org/10.1177/1461444809350899>
- Vega Jiménez, P. (2016). La investigación sobre Comunicación en Centroamérica (1980-2015). *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 9(2). <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.06>
- Vidales Bolaños, M. J. (2012). La relación entre jóvenes y TIC en la investigación en comunicación en El Salvador. *Razón y Palabra*, 17(81). http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/10_Vidales_V81.pdf
- Vindas Quirós, L. (2010). Revistas de Costa Rica de cara a la digitalización: El caso de “Perfil” y “EKA Empresarial”. *Revista de ciencias sociales*, (128-129), 167-180. <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i128-129.8757>
- Yuni, J. A. y Urbano, C. A. (2014). *Técnicas para investigar*. Brujas.

Anexo

Tabla 2. Encuesta sobre el impacto de la reconversión digital en los medios de comunicación en Centroamérica (2012-2021).

Preguntas del cuestionario	
1. Sexo: Hombre / Mujer	
2. Edad: Entre 20-35 años / Entre 35-50 años / Entre 50-65 años / Más de 65 años	
3. Formación académica: Autodidacta / Licenciado o graduado en Periodismo o Comunicación / Licenciado o graduado en disciplinas análogas (Publicidad) / Licenciado o graduado en otras disciplinas / Doctor / Otro	
4. Es periodista por: Vocación / Casualidad / Necesidad / Otro	
5. Soporte de medio de comunicación en el que trabaja en la actualidad: Prensa / Radio / Televisión / Digital / Multiplataforma / Otro	
6. Área de especialización periodística en la que trabaja actualmente: Política / Economía / Sociedad (migración, educación, religión, servicios, etc.) / Cultura / Deportes / Sucesos / Ciencia y tecnología / Opinión / En cualquier área / Otro	
7. Experiencia profesional en el sector del periodismo y la comunicación: Menos de 5 años / Entre 6-10 años / Entre 11-20 años / Más de 20 años	
8. Comenzó a trabajar en una redacción digitalizada hace: Menos de 1 año / 1-5 años / 6-10 años / 11-15 años / 16-20 años / Más de 20 años / No sabe / No contesta	
9. ¿Cómo se adaptó a la nueva configuración digital en los medios de comunicación?: De manera autodidacta / Mediante cursos de formación externos / Cursos impartidos en la empresa en la que trabajaba / Por la práctica profesional / Por invitación de compañeros y jefes / Otro	
10. ¿Qué nuevas competencias y habilidades ha asumido con el proceso de digitalización mediática además de las propias del periodista/redactor?: Competencias tecnológicas (mantenimiento de equipos, gestión de web, redes sociales, etc.) / Competencias de diseño gráfico y maquetación / Competencias de índole comercial (marketing y publicidad, control de audiencias) / Competencias de carácter empresarial / Ninguna / Otras	
11. ¿Cómo observa la acumulación de tareas en el periodista/redactor dentro de las rutinas productivas del medio?: Muy bien / Bien / Regular / Mal / Muy mal	
12. ¿Considera que la digitalización ha influido más: En la organización de la empresa (convergencia digital, teletrabajo, herramientas de comunicación, integración de secciones, equipos multidisciplinarios, etc.) / En la distribución/difusión (boletines para suscriptores, bases de datos abiertas, alertas de redes sociales, etc.) / En la comercialización y los modelos de negocio (patrocinio de secciones, muros de pago, etc.) / En la innovación y formatos del producto periodístico / En la reducción de costes de la empresa / En la reducción de recursos humanos / En la reducción de salarios / Otro	
13. El impacto digital ha modificado en mayor medida las rutinas de producción en relación a: La disponibilidad de más recursos y herramientas para la cobertura informativa / El mayor uso de recursos novedosos (realidad inmersiva, realidad aumentada, nuevas narrativas, etc.) / El tratamiento de la información / La selección y jerarquización de acontecimientos novedosos / Las relaciones con los cargos superiores / Los ajustes de roles, tareas y funciones en la redacción / Los horarios de cierre o actualización permanente de información / Nuevos usos de fotografías, videos, infografías, multimedia, etc. / El aumento del teletrabajo / El empleo de nuevos programas de edición y difusión de contenidos / Otro	
14. El impacto digital ha modificado en mayor medida los contenidos periodísticos respecto a: El compromiso con valores éticos y profesionales / El tiempo de preparación de las informaciones / La calidad y originalidad de los contenidos (corta y pega) / La dependencia de fuentes del entorno digital / La dependencia del nivel de productividad de la empresa / La dependencia de la actualización constante de contenidos / La firma de las informaciones o el anonimato / Otro	
15. El impacto digital ha modificado en mayor proporción la agenda mediática en relación a: El nivel de iniciativa personal o autonomía en la propuesta de asuntos / La censura o autocensura / La orientación de los contenidos / Los cambios de criterios de selección y jerarquización de temas / El predominio de contenidos provenientes de redes sociales o entornos web / Otro	
16. El impacto digital ha modificado en mayor proporción la relación con las fuentes informativas en cuanto a: El nivel de contrastación de las fuentes primarias / La dependencia de gabinetes de prensa, fuentes políticas e institucionales, etc. / La dependencia de internet para obtener información / El predominio de redes sociales como fuentes de información / La veracidad y confiabilidad en las fuentes informativas / Los hábitos y el modo de relación con las fuentes / La vagancia del periodista / Otro	
17. Formas de contacto más frecuentes con las fuentes de información: Correo electrónico / Directo o personal / Notas o comunicados para actos programados / Redes sociales / Ruedas de prensa / Teléfono / Otros	
18. ¿Cuántos cambios de empleo en empresas periodísticas ha vivido en los últimos 10 años? Ninguno / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / Más de 5 / No sabe / No contesta	
19. ¿Tiene en la actualidad otro empleo además del de periodista? Sí / No / No sabe / No contesta	
20. ¿Qué tipo de contrato laboral ha tenido mayoritariamente en los últimos 10 años? Becario / Colaboraciones remuneradas / Colaboraciones sin remuneración / Contrato fijo / Contrato indefinido / Contrato por obra y servicio / Contrato temporal / Sin contrato / Socio o copropietario del medio / Otro	
21. ¿Qué tipo de contrato laboral tiene actualmente? Becario / Colaboraciones remuneradas / Colaboraciones sin remuneración / Contrato fijo / Contrato indefinido / Contrato por obra y servicio / Contrato temporal / Socio o copropietario del medio / Otro	
22. ¿Se han visto afectados o reducidos sus ingresos netos anuales en los últimos 10 años? (considerar prestaciones y beneficios adicionales) Tuve mejores ingresos netos anuales / Tuve una reducción de entre el 10 y el 20 por ciento mis ingresos / Tuve una reducción entre el 21 y 50 por ciento de mis ingresos / Tuve una mejora salarial / Otro	
23. ¿Ha modificado sus condiciones laborales en los últimos 10 años? Renegocié mi contrato por uno de mejores ingresos / Perteí beneficios de ley / Trabajo bajo las mismas condiciones salariales / He mejorado mis condiciones salariales / Otro	
24. ¿Ocupa o ha ocupado cargos directivos en empresas periodísticas? Sí / No / No sabe / No contesta	
25. ¿Con qué tipo de perfil de periodista se identificaba más antes de la digitalización? Cargo directivo (director, subdirector, redactor-jefe, jefe de sección, etc.) / Community manager / Periodista especializado / Periodista polivalente / Redactor / Social media manager / Otro	
26. ¿Con qué tipo de perfil de periodista se identifica actualmente? Cargo directivo (director, subdirector, redactor-jefe, jefe de sección, etc.) / Community manager / Periodista especializado / Periodista polivalente / Redactor / Social media manager / Otro	
27. ¿Considera que la empresa le valora más por: Acatar órdenes sin contraposición / Contar con altas competencias tecnológicas / Proponer nuevos temas / Reducir de manera creativa y original / Rellenar tiempos o espacios periodísticos imprevistos / Respetar la deontología / Ser rápido y resolutivo ante cualquier problema / Tener agenda propia / Tener capacidad para investigar en profundidad / Otro	
28. En general, considera que el impacto digital en la empresa periodística es: Muy positivo / Positivo / Regular / Negativo / Muy negativo / No sabe / No contesta	
29. ¿Considera que la digitalización en la empresa es especialmente positiva porque proporciona: Mayor comodidad para trabajar / Mayor estabilidad laboral / Mayor prestigio profesional y reconocimiento individual de su trabajo / Mayor productividad / Mayor satisfacción personal / Mejor ambiente de trabajo / Mejor salario / Mejores oportunidades laborales y posibilidades de ascenso / Otro	
30. ¿Considera que la digitalización en la empresa es especialmente negativa porque proporciona: Bajo nivel de autocensura y menor calidad de vida / El deseo de cambiar de profesión / Estrés, problemas de salud y personales, bajas laborales / Incapacidad de conciliación de vida laboral y personal / Precariedad laboral (prolongadas jornadas, salarios poco dignos, etc.) / Presiones (de la empresa, políticas, horarios, etc.) / Renuncia de valores éticos / Una competencia profesional desmedida / Otro	
31. ¿Cuál considera que es el principal condicionante de la innovación de productos periodísticos y la implantación del emprendimiento empresarial? El contexto político y social / Intereses estratégicos variados / La falta de conocimientos sobre el tema / La falta de interés general / La falta de inversión económica en el sector / Otro	
32. ¿Considera que en el ejercicio del periodismo actualmente es básico: La formación tecnológica continua del periodista / La redefinición de especialidades de acuerdo a los avances tecnológicos / Mejores salarios / Un cambio en la legislación vigente / Un mayor conocimiento de los conceptos de innovación y emprendimiento / Una mayor inversión tecnológica en el sector periodístico / Otro	

Fuente: elaboración propia