

Indicadores transnacionales de calidad informativa basados en la experiencia de periodistas locales: estudios de caso en medios digitales de Alemania, España y Reino Unido

Transnational journalistic quality indicators based on the experience of local journalists: case studies in digital media from Germany, Spain, and the United Kingdom

Rubén Rivas-de-Roca; Francisco J. Caro-González; Mar García-Gordillo

Cómo citar esta comunicación:

Rivas-de-Roca, Rubén; Caro-González, Francisco J.; García-Gordillo, Mar (2020). "Indicadores transnacionales de calidad informativa basados en la experiencia de periodistas locales: estudios de caso en medios digitales de Alemania, España y Reino Unido". En: *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)*. Valencia, España, 28-30 de octubre, pp. 39-50. EPI SL. ISBN: 978 84 120239 5 4

<https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e03>



Rubén Rivas-de-Roca ✉
<https://orcid.org/0000-0001-5842-4533>

Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
Departamento de Periodismo II
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España
rrivasderoca@us.es



Francisco J. Caro-González
<https://orcid.org/0000-0002-7261-9377>

Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
Depto. de Admón de Empresas y Marketing
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España
fjcaro@us.es



Mar García-Gordillo
<https://orcid.org/0000-0002-9367-0366>

Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
Departamento de Periodismo II
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España
marggordillo@us.es

Resumen

La calidad informativa es un objetivo prioritario de la actividad periodística, en cumplimiento de la función social de la prensa. Para transformar en evaluable este ideal es imprescindible conocer el grado de satisfacción de las expectativas de periodistas y audiencias. En un contexto de ciberperiodismo, la información de proximidad sigue siendo un elemento central en la construcción de vínculos comunes. Teniendo esto en cuenta, el objetivo principal de esta investigación es desarrollar una propuesta de indicadores de calidad informativa derivados de la propia profesión, a partir de la experiencia y autocrítica de los periodistas locales. La elección del ámbito de la proximidad se encuentra motivada por su actual capacidad explicativa de fenómenos transnacionales. Además, las publicaciones locales se encargan de las necesidades cotidianas de la audiencia. Para la consecución del objetivo fijado se emplea el método del estudio de caso, siguiendo un planteamiento hipotético-deductivo. Primero se revisan las variables identificadas con calidad informativa en la bi-

bliografía, para posteriormente contrastarlas y completarlas a partir de la información obtenida en los casos estudiados (diarios digitales de tres países). Para indagar sobre la percepción que de calidad informativa tienen los periodistas se efectúan entrevistas semidirigidas a profesionales de medios locales en Alemania, España y Reino Unido, países de culturas periodísticas distintas, enmarcados a su vez en diferentes escuelas sobre calidad. No obstante, los tres se caracterizan por una fuerte tradición de información de cercanía. Como resultado, se observa la existencia de diferencias en la concepción de calidad informativa. El grado de reflexividad sobre el trabajo efectuado es mayor entre los periodistas alemanes y británicos que en el caso de España. Asimismo, se prefieren los códigos que aluden al proceso de producción de la noticia (*gatekeeping*), como compromiso, transparencia o calidad del producto, sobre los propios de la recepción (*newsmaking*).

Palabras clave

Autopercepción profesional; Calidad periodística; Estándares informativos; *Gatekeeping*; *Newsmaking*; Culturas periodísticas; Sistemas mediáticos; Prensa local; Medios digitales; Alemania; España; Reino Unido.

Abstract

Quality is a priority objective of journalism, linked to the fulfillment of the social function of the press. To make this concept evaluable, it is essential to know the degree of satisfaction of the expectations of journalists and audiences. In a context of online journalism, local news continues to be a key element in the shaping of local communities. Bearing these trends in mind, this research aims to develop a proposal for journalistic quality indicators that come from the profession itself, based on the experience and self-criticism of local journalists. We choose to focus on the local area because of its current explanatory capacity for transnational phenomena. In addition, local publications address the everyday needs of their readership. To achieve this aim, a multiple-case-study research strategy is used, following a hypothetical-deductive approach. First, the variables that are identified with journalistic quality in the literature are reviewed. These are then compared and completed with information obtained in the cases studied (digital newspapers from three countries). To study the perception of journalists regarding journalistic quality, semi-directed interviews are conducted with local media professionals in Germany, Spain, and the United Kingdom, representing countries with different journalistic cultures, framed also in different quality schools. However, all three are characterized by a strong tradition of local information. The results reveal the existence of differences in the conception of journalistic quality. The degree of self-awareness about the work carried out is higher among German and British journalists than in the case of Spain. Likewise, codes that refer to the news production process (*gatekeeping*), such as commitment, transparency, or product quality, are preferred over those related to its reception (*newsmaking*).

Keywords

Professional self-perception; Journalistic quality; Journalism's standards; *Gatekeeping*; *Newsmaking*; Journalistic cultures; Media systems; Local press; Digital media; Germany; Spain; UK; United Kingdom.

Financiación

El autor Rubén Rivas-de-Roca es beneficiario de un contrato predoctoral PIF financiado por el VI PPIT-US (*Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla*), en el marco del grupo de investigación de la Universidad de Sevilla 'Communication & Social Sciences' SEJ619.

1. Introducción

La calidad informativa es interpretada como un elemento prioritario de la actividad periodística, un ideal cuyo cumplimiento permitiría desarrollar la función de control democrático asociada a la prensa (Parreño-Rabadán, 2013). La calidad tiene un componente subjetivo que dificulta su medición. Sin embargo, para que los periodistas alcancen una excelencia informativa en la que brinden lo mejor de sí mismos, de una forma acorde con su rol social, se antoja necesario desarrollar parámetros medibles de calidad, que conviertan este arquetipo en un elemento evaluable y comparable.

Sin duda, nos hallamos ante un concepto poliédrico. Para el análisis de la calidad es imprescindible estudiar el mensaje periodístico, pero también conocer el grado de satisfacción de las expectativas de periodistas y audiencias (McCollough; Crowell; Napoli, 2016), así como del resto de partes interesadas (*stakeholders*) e involucradas en el proceso informativo. No debemos perder tampoco de vista que actualmente la profesión se encuentra marcada por las características del ciberperiodismo, con una reducción de tiempos y espacios que altera las dinámicas productivas (Costa-Sánchez, 2012).

Para el análisis de la calidad es imprescindible estudiar el mensaje periodístico, pero también conocer el grado de satisfacción de las expectativas de periodistas y audiencias

La idea de calidad periodística nos obliga a retrotraernos a las primeras décadas del siglo XX, siendo abordada de acuerdo a diferentes tradiciones y objetivos (**Gómez-Mompart; Palau-Sampio**, 2013). A nivel global destacan tres grandes escuelas: la investigación en el ámbito norteamericano, con una marcada orientación comercial; la realizada en Alemania en torno al profesionalismo; y una tercera vía, auspiciada en buena medida desde Latinoamérica, que incluye cuestiones sobre la responsabilidad social del periodismo.

A estas corrientes se une otro concepto muy relevante en la práctica informativa en Europa como son las culturas periodísticas, que entraña una de las aproximaciones mediáticas más influyentes en la academia en los últimos años (**Henkel; Thurman; Deffner**, 2019). Por culturas periodísticas se entienden las actitudes profesionales de los profesionales de la información en función de elementos sociales, epistemológicos y éticos que se asocian a la historia de cada país (**Hanitzsch**, 2007; **Obijiofor; Hanusch**, 2011). Estos condicionantes determinan la percepción de la calidad informativa por parte de periodistas y receptores.

Valorando lo anterior, esta investigación tiene como objetivo esbozar una propuesta de indicadores de calidad informativa derivados de la profesión en países europeos enmarcados en diferentes escuelas y tradiciones profesionales (Alemania, España y Reino Unido), a partir de la experiencia y autocrítica con su trabajo de los periodistas locales. La elección del ámbito de la proximidad se explica porque Internet ha convertido las historias locales en una fuente de gran capacidad explicativa para comprender fenómenos de dimensión mundial (**Nielsen**, 2015; **Napoli et al.**, 2017). Además, las publicaciones locales siguen ocupándose de las necesidades cotidianas de la audiencia, lo que imbrica de forma directa con la función de servicio público atribuida al periodismo (**Möhring**, 2015).

La actual convergencia digital es también motivo de preocupación para la calidad periodística. Sus críticos consideran que alimenta la desinformación, ya que la velocidad de la información limita la capacidad de profundizar en historias que acaban difundidas a través de múltiples plataformas digitales (**Humprecht; Esser; Van-Aelst**, 2020). La ausencia de especialización y la presión que experimenta el periodista por la limitación temporal terminan por incidir en la calidad del producto informativo (**Lewis; Westlund**, 2015).

2. Antecedentes

2.1. La calidad periodística como objetivo profesional

La calidad de las informaciones periodísticas constituye un objeto central de la profesión, en tanto que referencia ética necesaria para el desarrollo de la función social asociada tradicionalmente a la prensa (**Alsius; Salgado**, 2010). En el caso de este estudio, es preferible aludir a un concepto amplio de calidad periodística, puesto que se persigue el cumplimiento de estándares en todas las fases del proceso de producción informativa (**Gutiérrez-Coba**, 2006).

Han sido muchos los intentos por definir el periodismo de calidad, sin que se haya logrado un consenso científico y profesional al respecto. Sin embargo, la inexistencia de parámetros ampliamente aceptados no es óbice para el desarrollo de ciertos indicadores comunes entre los profesionales (**Gómez-Mompart; Palau Sampio**, 2013). Autores como **Sánchez-Tabernero** (2008) señalan que la calidad presenta tanto una dimensión objetiva, que pasa por los estándares deontológicos, como una vertiente más subjetiva que alude a la percepción del público. Desde este punto de vista, la calidad es medible a través de sistemas cuantificables, pero puede no coincidir con aquello que agrada a la ciudadanía.

Gutiérrez-Coba (2006) explica que las primeras investigaciones sobre esta materia partieron de las teorías de *gatekeeping* y *newsmaking*. En este sentido, caben indicadores internos, referidos al *gatekeeping*, cuando se vinculan al proceso de producción informativa, o externos, propios del *newsmaking* y los efectos sociales de la información. Un parámetro relevante de la calidad periodística son las fuentes, que constituyen el cimiento de toda información publicada y que articulan también indicadores internos y externos (**Casero-Ripollés; López-Rabadán**, 2013).

Independientemente de cada tradición teórica concreta, la finalidad de los estudios sobre el periodismo de calidad sigue siendo identificar los parámetros que determinan valores de excelencia en la actividad periodística. Conocer esos criterios supondría dotar al profesional de la información de una herramienta para elaborar productos periodísticos que cumplan la función social atribuida a la profesión. Al final el propio sentido de la calidad radica en su función social.

Aunque la prensa de referencia sea de interés para calibrar la calidad de la información, son las publicaciones locales las que se ocupan de las necesidades cotidianas de la audiencia, por lo que constituyen un objeto idóneo para evaluar la calidad periodística (**Rodríguez-Rey et al.**, 2015). En nuestros días se suma a esta ecuación Internet, que hace que sean las noticias digitales las que alcancen una mayor difusión, gracias también a las redes sociales.

Las características intrínsecas de las informaciones online dificultan efectuar aproximaciones sobre su calidad. Por un lado, en ocasiones estas informaciones emplean el contenido en redes sociales como fuente, lo que nos lleva a un origen de la información no periodístico (**Justel-Vázquez et al.**, 2018). Por otro, en las noticias en la Red resulta frecuente la lectura de tipo "escaneo", que no se detiene a leer los textos con calma. Esta práctica, ampliamente recogida en la bibliografía (**Weinreich et al.**, 2008; **Metzger; Flanagin; Medders**, 2010), provoca que parámetros clásicos en la medición de la calidad –género, fuentes, tratamiento, etc.– pierdan su eficacia para un lector que ni siquiera llega a ellos.

Un aspecto subrayable en el contexto digital es el crecimiento del periodismo intervencionista. Existe un amplio consenso sobre que el intervencionismo en la información política ha ido a más en las últimas décadas (Kuhn; Nielsen, 2014), lo que ha venido acompañado de un mayor grado de interpretación en la actividad informativa (Reunanen; Koljonen, 2018). Los periodistas quieren evitar posiciones partidistas en el debate político, pero cada vez más tratan de ser participantes activos en él, provocando un sistema mediático dominado por la lógica política (Strömbäck; Esser, 2009).

Cabe preguntarse si la cantidad y calidad de noticias locales depende tanto de una demanda social, como del hecho de que existan organizaciones periodísticas que decidan implicarse en este tipo de proyectos. Esta última hipótesis es planteada por Napoli *et al.* (2017), poniendo en cuestión que el periodismo local de calidad pueda ser considerado como una iniciativa social. Estos investigadores invitan a profundizar en el análisis de los medios locales, yendo más allá de los límites geográficos de cada medio para tratar de vislumbrar cómo el periodismo de proximidad se aplica en diferentes contextos, algo que plantea el presente estudio.

2.2. Culturas periodísticas y sistemas mediáticos en Alemania, España y Reino Unido

El auge de enfoques comparados, observado en los conceptos de sistemas mediáticos y culturas periodísticas, ha espoleado análisis múltiples por países (De-Vreese; Esser; Hopmann, 2017), incluyendo Alemania, España y Reino Unido (Rivas-de-Roca; García-Gordillo; Caro-González, 2020). La cultura periodística del país germano está fuertemente alineada con la del Reino Unido y España, debido a la vigencia en estos países de la ideología periodística propia de las democracias occidentales (Hanitzsch; Hanusch; Lauerer, 2016). Esta corriente vincula al periodismo con reportajes neutrales y factuales, la distancia crítica con el poder y la adhesión a códigos deontológicos (Deuze, 2005). No obstante, perviven divergencias en la consideración de la verdad y la ética informativa, que suponen los constructos básicos de la cultura periodística (Hanitzsch, 2007).

De acuerdo a Henkel, Thurman y Deffner (2019), los periodistas alemanes presentan características diferenciadas como considerar su trabajo de manera menos enfrentada con el poder que la tradición anglosajona, evitar roles intervencionistas, desarrollar normas éticas estrictas o priorizar la labor de análisis sobre la narración factual de los hechos. Esto concuerda con que Alemania sea uno de los países con menores niveles de polarización de audiencias, ya sean tradicionales u online (Fletcher; Cornia; Nielsen, 2020).

Por su parte, la cultura periodística británica está también lógicamente alineada con las democracias occidentales (Hanitzsch; Hanusch; Lauerer, 2016), conectando a grandes rasgos con Alemania y España, aunque cuenten con historias políticas muy diferenciadas. Henkel, Thurman y Deffner (2019) identifican a los periodistas británicos con características como la conflictividad hacia la clase política (función de *watchdog*), la tendencia intervencionista en la misma o el empleo de narraciones factuales sujetas al ideal de objetividad.

La cultura periodística de España se posiciona de acuerdo al modelo objetivo de las democracias occidentales (Hanitzsch; Hanusch; Lauerer, 2016), si bien sus circunstancias históricas antiliberales provocan que autores como Suárez-Villagas *et al.* (2017) hablen de la convivencia de distintas culturas periodísticas españolas en función del territorio. Sobre el periodismo político, una investigación de Martínez-Nicolás (2015) señala que la cultura profesional española tiende a considerar únicamente de interés la política institucionalizada, frente a la que desarrolla una labor de vigilante (*watchdog*) que ha de desvelar la verdad oculta. Otra particularidad es la falta de interés ciudadano por las noticias políticas (López-Rodríguez, 2012).

La cercanía de la prensa con el poder explica el carácter controvertido en ocasiones de la actividad periodística. Los lazos entre la clase política y los profesionales de la información son habituales en países tan diversos como Alemania, España y Reino Unido (Kuhn; Nielsen, 2014). En cualquier caso, la idea de culturas periodísticas es una aproximación teórica colaborativa y en construcción (Hanusch; Hanitzsch, 2017), que aquí se incorpora para facilitar el análisis comparado.

Una aproximación clásica y muy influyente son los sistemas mediáticos comparados de Hallin y Mancini (2004). Estos autores formularon variables para definir los modelos de medios occidentales, tanto en Norteamérica como en Europa Occidental. Se da la circunstancia de que los tres países objeto de esta investigación se sitúan en cada uno de los sistemas descritos por estos autores: Alemania (modelo democrático corporativo), España (modelo pluralista polarizado) y Reino Unido (modelo liberal).

El sistema democrático corporativo de Alemania se caracteriza por una industria mediática fuerte, con un abundante número de lectores. Su nivel de paralelismo político, es decir, de asimilación entre la clase política y los periodistas, resulta cambiante, evolucionando de una prensa partidista a medios comerciales neutrales (Steindl; Lauerer; Hanitzsch, 2017). Se observa un alto nivel de profesionalización del sector, apoyado en una autorregulación institucionalizada. Además, se produce una fuerte intervención estatal, materializada en subvenciones a los diarios y una sólida radiotelevisión pública.

El modelo liberal de Reino Unido posee tiradas medias vinculadas a una tradición de prensa comercial de masas (Hallin; Mancini, 2004). De los países anglosajones que incluye este modelo, Reino Unido es el que experimenta mayor paralelismo político, debido a la utilización partidista de los medios (Vaccari, 2017). La profesionalización del sector es elevada,

dotándose también de autorregulación institucionalizada. En cuanto a la presencia del Estado en el plano de la comunicación, predomina el mercado, si bien la radiotelevisión pública británica (BBC) es considerada como una de las más fuertes del mundo.

Las aproximaciones teóricas de sistemas mediáticos comparados y culturas periodísticas sirven para entender las diferentes concepciones de calidad entre países

Con respecto a España y su sistema pluralista polarizado, este país ha contado tradicionalmente con un escaso volumen de lectores. A ello se une un grado de paralelismo elevado y una escasa profesionalización del sector, explicada por la tendencia a la instrumentalización política de los periodistas. La fuerte intervención del Estado también supone un rasgo, a través del control de los medios públicos y las subvenciones a la prensa (Hallin; Mancini, 2004).

3. Metodología

Esta investigación tiene como objetivo principal realizar una propuesta de indicadores de calidad informativa derivados de la propia profesión, a partir de la experiencia y autocrítica con su trabajo de los periodistas locales. De este propósito general se desgajan dos objetivos específicos:

1. Conocer las diferentes concepciones de calidad que poseen periodistas de distintos puntos del continente europeo.
2. Ofrecer un listado de indicadores de calidad compartidos por los informadores locales analizados.

Para ello, se aboga por la metodología del estudio de casos múltiples, que permite conocer mejor las porosas realidades mediáticas actuales (Gómez-Diago, 2010). Sobre los ejemplos seleccionados se aplica una aproximación cualitativa mediante entrevistas semiestructuradas. Este tipo de entrevistas sirve para saber las experiencias de otros, averiguar su interpretación de ciertos hechos, conocer el pasado o acceder a información a la que no sería posible hacerlo de otra manera (Weiss, 1994). Esos objetivos se ajustan al presente estudio, puesto que se busca una interpretación de las prácticas periodísticas locales. Los académicos señalan la pertinencia de las entrevistas para este tipo de estudios de descubrimiento (O'Reilly, 2004; Valles, 2014).

Las entrevistas de tipo semiestructurado presentan un cuestionario flexible, con preguntas abiertas. Esto significa que no cuenta con preguntas fijas, sino con un esquema sobre las cuestiones de interés a tratar. La muestra entrevistada es pequeña, estando formada por una selección estratégica de participantes que conforman tipos representativos (Weiss, 1994). En nuestro caso, las entrevistas semidirigidas se efectúan a periodistas de medios locales con objeto de explorar sus percepciones sobre calidad periodística. Las entrevistas se realizan en Alemania, España y Reino Unido, países de culturas periodísticas distintas que, como se ha visto, se enmarcan a su vez en diferentes escuelas sobre la calidad periodística. Los tres países de este trabajo tienen en común una fuerte tradición de información local.

Las entrevistas se celebraron en persona entre abril de 2019 y marzo de 2020 –antes de la emergencia generada por la Covid-19– con una duración comprendida entre los 20 y 30 minutos. El cuestionario contaba con 12 preguntas dinámicas, adaptadas en función de las respuestas del entrevistado siguiendo el esquema semiestructurado (ver la guía de entrevista en el Anexo).

Se seleccionan estudios de caso en Alemania (Berlín), España (Sevilla) y Reino Unido (Londres). La muestra anonimizada de informadores es la siguiente:

- *Freelance* vinculado a *Berliner Kurier*, Alemania.
- Editor de *Sevilla Actualidad*, España.
- *Freelance* asociado a la red de *This is Local London*, Reino Unido.

Los *freelances* seleccionados poseen la particularidad de trabajar casi en exclusiva para sus medios. Tanto *Berliner Kurier* como *This is Local London* apenas cuentan con periodistas en plantilla, pero sí con una red de reporteros que les suministran material informativo. Según los entrevistados, la exclusividad es una realidad cuando se trabaja para estos cibermedios, de ahí que los *freelances* sean considerados de interés para conocer su actuación periodística. Además, su experiencia general puede brindar información relevante sobre los países estudiados.

Sin duda, la validez de los resultados con una única entrevista por país es limitada. Por ello, se debe insistir en que se trata de un estudio exploratorio, que pretende ser generalizado posteriormente. El objetivo del presente trabajo es desarrollar una serie de indicadores de calidad en el ámbito local, cimentando su construcción no solo en entrevistas, sino también en una formulación teórica que busca comparar los resultados con la aproximación de las culturas periodísticas.

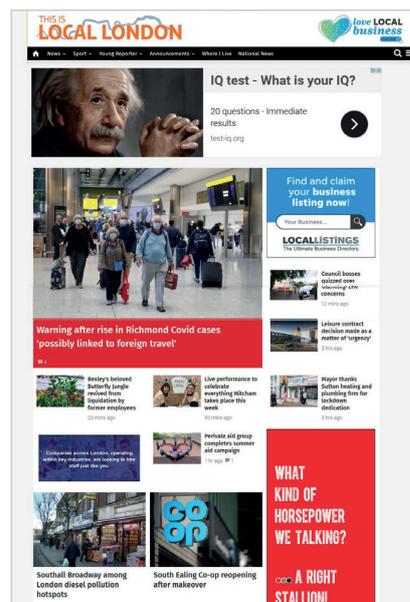
Para esta investigación se eligen diarios generalistas consolidados en sus comunidades locales. Se establece que un “medio consolidado” debe haber sido creado hace más de 5 años, un período que permite discernir iniciativas afianzadas de otros proyectos informativos que se encuentran en vías de asentamiento. La selección de la prensa generalista se halla motivada porque presenta en su contenido una importante carga de información política, de interés para efectuar valoraciones sobre la función social del periodismo (De-Vreese; Esser; Hopmann, 2017).



<https://www.berliner-kurier.de>



<http://www.sevillaactualidad.com>



<https://www.thislocalondon.co.uk>

La elección de los cybermedios (nativos o no) se produce en relación a capitales o ciudades de gran tamaño. Estos diarios digitales ejercen una cobertura local de los hechos, excluyendo fórmulas hiperlocales. Se parte de la premisa de que la prensa de barrio no aborda asuntos lejanos, por lo que no se enfrentaría al reto de tratar la política nacional e internacional como temas locales. Esto explica que se seleccionen medios de Berlín (Alemania) y Londres (Reino Unido), mientras que en España se elige Sevilla en lugar de Madrid, puesto que en la capital española no existen propuestas periodísticas para toda la ciudad, sino por distritos (López-García; Negreira-Rey; Rodríguez-Vázquez, 2016).

A la vista de la escasa pertinencia de Madrid para una investigación de esta naturaleza, se ha optado por elegir una ciudad como Sevilla, que posee una dilatada trayectoria de prensa local y cuenta con un medio nativo digital ya asentado (*Sevilla Actualidad*). Los cybermedios nativos presentan unos niveles de interactividad mayores que los que proceden del papel (Costa-Sánchez, 2012), de ahí su utilidad para el estudio de la calidad.

El contenido de las entrevistas a los periodistas se analiza mediante el enfoque del análisis temático. Se trata de un método que permite analizar e identificar temas (patrones) en los datos recogidos, posibilitando su interpretación a partir de códigos teóricos abiertos (Braun; Clarke, 2006). Prevemos encontrar explicación a dinámicas informativas que imbrican con las culturas periodísticas de estos países. El análisis temático exige un rol activo del investigador, puesto que el tema no “surge”, sino que es el investigador el que selecciona los items de interés (Guest; MacQueen; Namey, 2012).

En la guía de entrevista (ver Anexo) se definen tres grandes apartados de preguntas temáticas que estructuran el proceso metodológico. Estas cuestiones hacen referencia al tipo de cobertura ejercida sobre aspectos habitualmente complejos para la prensa local, como los asuntos nacionales internacionales, el valor atribuido al público y al estilo de narración, en consonancia con lo apuntado por los estudios de culturas periodísticas en Alemania y Reino Unido (Van-Dalen, 2012), y la propia calidad periodística como tema.

El bloque sobre calidad periodística se vincula con la satisfacción que el periodista tiene con el trabajo efectuado por su propio medio. En este sentido, se formulan preguntas dinámicas sobre las posibles presiones recibidas, la concepción del término de calidad, su relación con la popular innovación periodística o la evaluación de la labor efectuada por el diario digital al cual se adscribe.

El propósito de esta investigación no es generalizar los resultados, como es propio de las encuestas, sino explorar y comprender diferentes concepciones de calidad que emergen en el panorama local. Por ello, se aplica un planteamiento hipotético-deductivo, contrastando la información obtenida en las entrevistas con las variables identificadas en la bibliografía. Esto posibilita la construcción de una propuesta de indicadores de calidad (códigos) que pueda ser refrendada en posteriores trabajos.

4. Resultados

4.1. Parámetros de calidad identificados en las entrevistas

El análisis de la información revela dos parámetros definidos de forma bastante similar por los tres periodistas entrevistados, identificándose como códigos comunes:

- Relatividad de la calidad periodística. La calidad aplicada en el panorama informativo no es un concepto cerrado, sino que posee dimensión ambigua, siendo interpretado de distinta forma según el medio, el periodista o el propio receptor. Esta relatividad implica dificultad para tejer normas comunes que puedan ser aplicadas de forma genérica para conocer la calidad ejercida en la actividad periodística.
- Dependencia del contexto social. Las expectativas del consumidor de noticias se encuentran motivadas por su posición socioeconómica, que decreta también la importancia que otorga a la calidad informativa, pero también por el marco social en el que se inserta. Esta percepción entronca con la idea de culturas periodísticas, referente a las prácticas habituales en ciertos espacios geográficos (Hanusch; Hanitzsch, 2017). La tradición mediática en la que socializa cada ciudadano influye en los valores asociados a la calidad.

“ La asimilación de valores entre los profesionales entrevistados se produce en un nivel muy superficial, referente al carácter “construido” del concepto de calidad periodística ”

Como se puede observar, la asimilación de códigos entre los tres entrevistados se produce en un nivel muy superficial, referente al carácter “construido” del concepto de calidad periodística presente en la bibliografía (Gutiérrez-Coba, 2006). En cambio, por países sí se aprecian ciertas diferencias, dado que el informador alemán menciona varios parámetros que no se recogen en los casos español y británico:

- Compromiso como valor profesional. La calidad tiene que ver con el esfuerzo y la pasión que el periodista proporciona a su trabajo, funcionando como garantía del desarrollo de su acción social. Los profesionales alemanes aluden a este compromiso como el principal elemento que denota calidad periodística, hasta el punto de que no entiendan la actividad profesional sin ese nivel de vinculación. El compromiso sirve, por tanto, como contrato social del periodismo.
- Transparencia en el trabajo. La calidad se vincula a la independencia, algo que solo se puede demostrar a través de la plena transparencia en las actuaciones del medio. Las empresas periodísticas deben dotarse de herramientas para asegurar la transparencia de su trabajo, logrando así la necesaria independencia para desempeñar de manera honesta su labor.
- Reflexividad con la labor ejercida. Según el periodista entrevistado, los medios germanos, incluidos los locales, prestan una gran atención a la valoración de su trabajo. Esta es la razón por la que suelen establecer mecanismos de rendición de cuentas para conocer la imagen que la sociedad tiene de ellos. Cobran aquí especial valor figuras como el defensor del lector.

Los aspectos citados por el informador alemán se inscriben en la corriente profesionalista propia de ese país (Möhring, 2015). La calidad no pasa por el producto ni por sus efectos en el ciudadano, sino que alude a un trabajo periodístico que cumple unos criterios de compromiso, transparencia y reflexividad. No obstante, el periodista asociado a *Berliner Kurier* expone además un parámetro relativo a las ganancias de los receptores:

- Calidad en términos de beneficio social. Un producto informativo posee calidad cuando permite que el ciudadano aprenda y profundice sobre la realidad, es decir, que amplíe conocimientos frente a su estado anterior. Por tanto, parte del valor social de una información radica en los efectos generados en la audiencia.

En el caso del periodista español entrevistado, el grado de reflexividad sobre la calidad es menor, aunque sea un concepto al que se le brinde relevancia. Menciona además un indicador no presente en la prensa germana y británica:

- Calidad orientada al producto. Se considera de calidad una información certera, bien preparada de forma acorde a su tipo de medio y que se basa en la experiencia profesional del periodista. Esto implica que la calidad solo se circunscribe al producto, dejando a un lado el proceso de producción y los efectos en los receptores. Una noticia que cumple una serie de estándares en su elaboración es valorada como tal.

Con respecto a Reino Unido, el profesional consultado expone dos elementos de calidad de manera singularizada:

- Vigilancia del poder. El periodismo solo tiene sentido si logra la rendición de cuentas de las autoridades, por lo que su calidad vendrá marcada por su capacidad de contribuir al proceso democrático mediante la información. Un buen periodista no puede desarrollar relaciones de amistad con el poder, sino de control del mismo.
- Limitación a los hechos. La labor del profesional de la información debe restringirse a suministrar una descripción factual lo más próxima posible a la realidad. Entra así en juego la noción de objetividad, en tanto en cuanto el periodista entiende que existen unos hechos únicos de los cuales debe dar cuenta.

Llama la atención la ausencia de indicadores específicos en los tres casos sobre las capacidades del periodismo local, a pesar de constituir el ámbito en el que los profesionales entrevistados desarrollan su labor. Únicamente el parámetro de “calidad en términos de beneficio”

“ El grado de reflexividad sobre el trabajo efectuado es mayor entre los periodistas alemanes y británicos que en el caso de España ”

puede asociarse a la función social de conocimiento de las comunidades cercanas que resulta distintiva de la prensa de proximidad (Martin; McRain, 2019).

4.2. Vinculación de los códigos con el concepto de culturas periodísticas

Los parámetros referenciados como propios de la calidad informativa pueden vincularse a las culturas periodísticas que la academia ha identificado como habituales de los tres países de esta investigación. En Alemania, los códigos de compromiso como valor profesional, transparencia en el trabajo, reflexividad y calidad en términos de beneficio social coinciden con su tradición periodística, basada en el carácter analítico (Hanitzsch, 2007). La idea de beneficio se asocia también con una consideración activa de las audiencias. No obstante, existen opiniones divergentes sobre el valor concedido por los periodistas alemanes a los receptores (Henkel; Thurman; Deffner, 2019).

La calidad se vincula a aspectos del proceso de producción de la noticia (*gate-keeping*), dejando a un lado la recepción de la misma (*newsmaking*)

En España, el periodista entrevistado no solo comenta el valor atribuido al producto como elemento central de la calidad, sino también el acuciante desinterés de muchos ciudadanos por las noticias. La apatía de la audiencia en ese país es un rasgo que ya ha sido identificado por la bibliografía (Martínez-Nicolás, 2015; Roses-Campos; Humanes-Humanes, 2019), poniendo al periodismo ante el problema de no resultar interesante para la sociedad.

En el caso de Reino Unido, los dos parámetros citados –vigilancia del poder y limitación a los hechos– entroncan con la función periodística británica de observación y denuncia de los hechos, presente incluso en la prensa más local (Williams; Harte; Turner, 2015). Asimismo, la ausencia de referencias al público puede tener que ver con la clásica orientación comercial de los medios británicos, que consideran a los ciudadanos como consumidores, algo que se ha reforzado en el actual modelo mediático neoliberal (Hallin; Mancini, 2017).

Otro rasgo del periodismo británico es su componente intervencionista sobre la acción política (Hanitzsch, 2007). Sin embargo, el profesional entrevistado en Reino Unido no apunta al intervencionismo como un valor relevante para la calidad, más allá de que sí se atribuya importancia a la vigilancia del poder. Teniendo en cuenta el reducido número de entrevistas, esta variable necesita ser corroborada en otras investigaciones, en aras de comprobar si el intervencionismo funciona menos en los medios locales frente al hábito general del país.

5. Conclusiones y Discusión

Los resultados muestran la existencia de diferencias en la concepción de calidad periodística en el plano del periodismo local. Solo se observa un cierto consenso en las entrevistas efectuadas sobre la complejidad y naturaleza relativa del concepto de calidad periodística, que permite definir dos códigos compartidos que resultaría de interés aplicar en nuevas investigaciones.

El informador alemán consultado tiende a construir parámetros en torno al proceso de producción de la noticia (*gate-keeping*), en una práctica acorde a su cultura periodística, centrada en el profesionalismo. En consonancia, el grado de reflexividad sobre el trabajo ejecutado es mucho mayor en el periodista germano que en los casos español y británico.

En el ejemplo de Reino Unido no se vislumbra la concepción intervencionista esgrimida por la bibliografía como frecuente en este país, pero sí elementos referentes al rol vigilante de la profesión y la necesidad de ceñirse a la descripción factual de los hechos. En cambio, el periodista español entrevistado apunta al producto informativo como el objeto que ha de poseer calidad.

El conjunto de siete parámetros no comunes localizados en el conjunto de esta investigación, cinco en el seno del *gate-keeping* (compromiso, transparencia, reflexividad, calidad del producto y descripción de los hechos) y dos del *newsmaking* (calidad como beneficio social y vigilancia del poder), pueden ser asimismo evaluados en otras investigaciones, ya que en origen estos indicadores se definen con vocación universal por parte de los profesionales entrevistados.

En resumen, los resultados obtenidos deben someterse a una evaluación cíclica de carácter flexible, que articule aún mejor los temas identificados en los códigos. Si bien la calidad forma parte de un amplio debate en la profesión, los parámetros aportados tratan de ser una contribución al ámbito especializado del periodismo local, entendiendo calidad más allá de un planteamiento técnico e introduciendo elementos subjetivos como son las expectativas de los protagonistas del proceso informativo.

De los indicadores derivados de la profesión aquí mencionados, el más próximo al periodismo local es el que hace referencia a los beneficios generados en la comunidad, erigiéndose en un indicador clave del ámbito de la proximidad. En cualquier caso, sería necesario llevar a cabo estudios transnacionales que profundicen sobre las diferencias de los valores arrojados a la calidad periodística por países.

Destaca la ausencia de indicadores específicos en los tres casos sobre las capacidades del periodismo local

La principal limitación de nuestro artículo alude al diseño metodológico. La muestra del estudio de casos es pequeña, lo que reduce la validez de los resultados. Estos deben considerarse como ejemplos de interés para ilustrar tendencias observables en la configuración de la calidad en cibermedios nativos europeos, tratando de proporcionar posibles indicadores comunes.

Como discusión, hay que destacar que la visión de los tres periodistas se alinea con la ideología periodística de las democracias occidentales (Deuze, 2005). En el caso británico se apuesta más por el carácter neutral de la información y la distancia con el poder, mientras que la adhesión a normas deontológicas es superior en el ejemplo germano. Sin embargo, todas estas apreciaciones forman parte de un sistema de valores occidentales, que condiciona la actividad periodística de manera distinta a como sucede en el resto del mundo.

El mayor número de parámetros citado por el periodista alemán, sumado a su preferencia por fijar normas, pueden encajar con una concepción maximalista de la ética periodística, tal y como ha sido recabada en algunos estudios (Steindl; Lauerer; Hanitzsch, 2017; Henkel; Thurman; Deffner, 2019). Por su parte, la aparente falta de articulación de la ética periodística en España también se vincula con su tradición informativa, que históricamente no ha concedido valor a la rendición de cuentas (Suárez-Villegas *et al.*, 2017).

No se debe perder de vista que es posible explicar también los resultados a través de la aproximación de los sistemas mediáticos comparados (Hallin; Mancini, 2004). Aunque estos sistemas son construcciones teóricas que como se ha visto se enmarcan en el conjunto de valores occidentales, el periodismo local que se efectúa en los tres países seleccionados puede verse influenciado por estos modelos delimitados territorialmente. El sistema corporativo de Alemania difiere del liberalismo en Gran Bretaña y la polarización en España. En todo caso, en un contexto de hiperconectividad esto no debe ser óbice para que los indicadores recogidos por este estudio puedan servir como parámetros transnacionales de calidad.

Los códigos citados por los periodistas, mencionados o no por todos, son de utilidad para trazar el marco en el que se debe mover una información de calidad en el ámbito de la información local. Desde distintas aproximaciones, todos coinciden en identificar la importancia de la idea de calidad en el periodismo, por muy difícil que sea su definición. La información local se antoja en este sentido clave en la construcción de sentimiento de comunidad, si bien resulta destacable que ninguno de los profesionales consultados exponga un parámetro específico al respecto.

6. Referencias

Alsius, Salvador; Salgado, Francesc (eds.) (2010). *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona: UOC. ISBN: 978 84 9788 935 3

Braun, Virginia; Clarke, Victoria (2006). "Using thematic analysis in psychology". *Qualitative research in psychology*, v. 3, n. 2, pp. 77-101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>

Casero-Ripollés, Andreu; López-Rabadán, Pablo (2013). "La gestión de las fuentes informativas como criterio de calidad profesional". En: Gómez-Mompart, Josep-Lluís; Gutiérrez-Lozano, Juan-Francisco; Palau-Sampio, Dolors (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona: Aldea global, pp. 73-89. ISBN: 978 84 37090054

Costa-Sánchez, Carmen (2012). "Ciberperiodismo en el smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para smartphone". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 18, n. 1, pp. 243-251.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40978

De-Vreese, Claes H.; Esser, Frank; Hopmann, David-Nicolas (2017). *Comparing political journalism*. Londres: Routledge. ISBN: 978 1 138655867

Deuze, Mark (2005). "What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered". *Journalism: theory, practice & criticism*, v. 6, n. 4, pp. 442-464.
<https://doi.org/10.1177/1464884905056815>

Fletcher, Richard; Cornia, Alessio; Nielsen, Rasmus-Kleis (2020). "How polarized are online and offline news audiences? A comparative analysis of twelve countries". *The international journal of press/politics*, v. 25, n. 2, pp. 1-27.
<https://doi.org/10.1177/1940161219892768>

Gómez-Diago, Gloria (2010). "Triangulación metodológica: Paradigma para investigar desde la ciencia de la comunicación". *Razón y palabra*, n. 72.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/4_Gomez_Diago_72.pdf

- Gómez-Mompart, Josep-Lluís; Palau-Sampio, Dolors** (2013). "El reto de la excelencia. Indicadores para medir la calidad periodística". En: Gómez-Mompart, Josep-Lluís; Gutiérrez-Lozano, Juan-Francisco; Palau-Sampio, Dolors (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona: Aldea Global, pp. 17-38. ISBN: 978 84 37090054
- Guest, Greg; MacQueen, Kathleen M.; Namey, Emily E.** (2012). *Applied thematic analysis*. Londres: Sage. ISBN: 978 1 412971676
- Gutiérrez-Coba, Liliana** (2006). "Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio". *Palabra clave*, v. 9, n. 1, pp. 29-56.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64900102>
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo** (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978 0 521543088
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo** (2017). "Ten years after comparing media systems: what have we learned?". *Political communication*, v. 34, n. 2, pp. 155-171.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1233158>
- Hanitzsch, Thomas** (2007). "Deconstructing journalism culture: toward a universal theory". *Communication theory*, v. 17, n. 4, pp. 367-385.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker; Lauerer, Corinna** (2016). "Setting the agenda, influencing public opinion, and advocating for social change: determinants of journalistic interventionism in 21 countries". *Journalism studies*, v. 17, n. 1, pp. 1-20.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.959815>
- Hanusch, Folker; Hanitzsch, Thomas** (2017). "Comparing journalistic cultures across nations". *Journalism studies*, v. 18, n. 5, pp. 525-535.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1280229>
- Henkel, Imke; Thurman, Neil; Deffner, Veronika** (2019). "Comparing journalism cultures in Britain and Germany: confrontation, contextualization, conformity". *Journalism studies*, v. 20, n. 14, pp. 1995-2013.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1551067>
- Humprecht, Edda; Esser, Frank; Van-Aelst, Peter** (2020). "Resilience to online disinformation: a framework for cross-national comparative research". *The international journal of press/politics*, v. 25, n. 3., pp. 493-516.
<https://doi.org/10.1177/1940161219900126>
- Justel-Vázquez, Santiago; Fernández-Planells, Ariadna; Victoria-Mas, María; Lacasa-Mas, Iván** (2018). "Twitter e información política en la prensa digital: la red social como fuente de declaraciones en la era Trump". *El profesional de la información*, v. 27, n. 5, pp. 984-992.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.03>
- Kuhn, Raymond; Nielsen, Rasmus-Kleis** (eds.) (2014). *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*. Londres: I.B. Tauris.
- Lewis, Seth C.; Westlund, Oscar** (2015). "Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work". *Digital journalism*, v. 3, n. 1, pp. 19-37.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927986>
- López-Rodríguez, Elizabeth** (2012). *Periodismo y poder político: liderazgo y opinión pública en la construcción de la Unión Europea*. Madrid: Dykinson. ISBN: 978 84 99828602
- López-García, Xosé; Negreira-Rey, María-Cruz; Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel** (2016). "Cibermedios hiperlocales ibéricos: el nacimiento de una nueva red de proximidad". *Cuadernos.info*, n. 39, pp. 225-240.
<https://doi.org/10.7764/cdi.39.966>
- Martin, Gregory J.; McRain, Joshua** (2019). "Local news and national politics". *American political science review*, v. 113, n. 2, pp. 372-384.
<https://doi.org/10.1017/S0003055418000965>
- Martínez-Nicolás, Manuel** (2015). "Investigar las culturas periodísticas. Propuesta teórica y aplicación al estudio del periodismo político en España". *Revista internacional de comunicación y desarrollo (RICD)*, v. 1, n. 1, pp. 151-162.
<https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/article/view/2177/0>

- McCullough, Kathleen; Crowell, Jessica K.; Napoli, Philip M.** (2016). "Portrait of the online local news audience". *Digital journalism*, v. 5, n. 1, pp. 100-118.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1152160>
- Metzger, Miriam J.; Flanagin, Andrew J.; Medders, Ryan B.** (2010). "Social and heuristic approaches to credibility evaluation online". *Journal of communication*, v. 60, n. 3, pp. 413-439.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01488.x>
- Möhring, Wiebke** (2015). *Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft*. Düsseldorf: Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. ISBN: 978 3 940929 35 8
- Napoli, Philip M.; Stonbely, Sarah; McCullough, Kathleen; Renninger, Bryce** (2017). "Local journalism and the information needs of local communities". *Journalism practice*, v. 11, n. 4, pp. 373-395.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>
- Nielsen, Rasmus-Kleis** (2015). "Local newspapers as keystone media: the increased importance of diminished newspapers for local political information environments". En: Nielsen, Rasmus-Kleis (ed.). *Local Journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media*. Londres: I.B. Tauris, pp. 51-72. ISBN: 978 1 784533212
- Objiofor, Levi; Hanusch, Folker** (2011). *Journalism across cultures: An introduction*. London: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 0 230236103
- O'Reilly, Karen** (2004). *Ethnographic methods*. Londres: Routledge. ISBN: 978 0415561815
- Parreño-Rabadán, Mònica** (2013): "La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo". En: Gómez-Mompart, Josep-Lluís; Gutiérrez-Lozano, Juan-Francisco; Palau-Sampio, Dolors (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona: Aldea Global, pp. 105-119. ISBN: 978 84 37090054
- Reunanen, Esa; Koljonen, Kari** (2018). "Not partisans, but participants". *Journalism studies*, v. 19, n. 5, pp. 726-744.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1204940>
- Rivas-de-Roca, Rubén; García-Gordillo, Mar; Caro-González, Francisco J.** (2020). "La construcción del periodismo localizado en medios digitales europeos. Estudio de casos". *Revista latina de comunicación social*, n. 75, pp. 1-26.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414>
- Rodríguez-Rey, Ana; Enguix-González, Alicia; Rojas-Torrijos, José-Luis; García-Gordillo, Mar** (2015). "La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. Extra 21, n. 1, pp. 85-100.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50659
- Roses-Campos, Sergio; Humanes-Humanes, María-Luisa** (2019). "Conflictos en los roles profesionales de los periodistas en España: Ideales y práctica". *Comunicar*, v. 27, n. 58, pp. 65-74.
<https://doi.org/10.3916/C58-2019-06>
- Sánchez-Tabernero, Alfonso** (2008). *Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia*. Barcelona: Deusto/Planeta. ISBN: 978 84 234 2613 3
- Steindl, Nina; Lauerer, Corinna; Hanitzsch, Thomas** (2017). "Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im Deutschen Journalismus". *Publizistik*, 04/2017.
<https://www.springerprofessional.de/journalismus-in-deutschland/15100170>
- Strömbäck, Jesper; Esser, Frank** (2009). "Shaping politics: mediatization and media interventionism". In: Lundby, Knut (ed.). *Mediatization. Concepts, changes, consequences*. New York: Peter Lang, pp. 205-223. ISBN: 978 1 433105623
- Suárez-Villegas, Juan-Carlos; Rodríguez-Martínez, Ruth; Mauri-Ríos, Marcel; López-Merí, Amparo** (2017). "Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles (MediaACES)". *Revista latina de comunicación social*, n. 72, pp. 321-330.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1167>
- Vaccari, Cristian** (2017). "Online mobilization in comparative perspective: digital appeals and political engagement in Germany, Italy, and the United Kingdom". *Political communication*, v. 34, n. 1, pp. 69-88.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1201558>
- Valles, Miguel S.** (2014). *Entrevistas cualitativas*. 2ª ed. revisada y aumentada. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. ISBN: 978 84 74763423
- Van-Dalen, Arjen** (2012). "Structural bias in cross-national perspective: how political systems and journalism cultures influence government dominance in the news". *The international journal of press/politics*, v. 17, n. 1, pp. 32-55.
<https://doi.org/10.1177/1940161211411087>

Weinreich, Harald; Obendorf, Hartmut; Herder, Eelco; Mayer, Matthias (2008). "Not quite the average: an empirical study of web use". *ACM transactions on the web*, v. 2, n. 1, pp. 1-31.
<https://doi.org/10.1145/1326561.1326566>

Weiss, Robert S. (1994). *Learning from strangers: The art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press. ISBN: 978 0 684823126

Williams, Andy; Harte, Dave; Turner, Jerome (2015). "The value of UK hyperlocal community news". *Digital journalism*, v. 3, n. 5, pp. 680-703.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.965932>

7. Anexo (guía de entrevista)

Tabla 1. Guía de preguntas aplicadas en las entrevistas semiestructuradas

Preguntas temáticas	Preguntas dinámicas
1. ¿Qué tipo de cobertura practica su medio sobre temáticas complejas?	1. ¿Su medio de comunicación informa sobre asuntos nacionales y/o internacionales?
	2. ¿Qué tipo y número de fuentes se emplean para estas informaciones?
	3. ¿En qué secciones web se publican esos textos?
	4. ¿Han desarrollado formas específicas de proporcionar contexto local a estas informaciones?
2. ¿Qué valor se atribuye al público y al estilo de narración?	5. ¿De qué herramientas dispone el medio para interactuar con sus lectores?
	6. ¿Considera que las tecnologías digitales han facilitado el contacto con la audiencia?
	7. ¿En su opinión, existe un estilo de narración que cumpla mejor que otros con la función social del periodismo?
	8. ¿Cuál es para usted la función social de la profesión?
3. ¿Está satisfecho en términos generales con el trabajo periodístico de su medio?	9. ¿Siente o ha sentido alguna vez presiones para elaborar una noticia en un sentido determinado?
	10. ¿Qué nivel de innovación presenta su empresa? ¿Considera que esto genera calidad?
	11. ¿Cómo definiría el término "calidad" aplicado al periodismo?
	12. ¿Cómo evalúa la calidad del periodismo practicado por su medio?

Da visibilidad a tu trabajo depositándolo en e-LIS, el mayor repositorio internacional sobre información y comunicación

<http://eprints.rclis.org>