

Indicadores de valor
social en el
periodismo local:
propuesta desde y
para la profesión

Congreso CoDi
Ourense, 12-14 marzo de 2025

Rubén Rivas-de-Roca

Universidade de Santiago de Compostela

Introducción

Periodismo local

- El ciudadano necesita conocer aquello que **sucede en su territorio próximo** y tiene consecuencias en su día a día.
- Se genera un **sentimiento de comunidad** con implicaciones políticas (Anderson, 2013).
- La importancia de la información de proximidad es tal que ayuda a **definir los propios límites de lo que se considera “local”** (Weber y Mathews, 2024).



Impacto social

- Numerosos medios locales han desaparecido en los últimos años, a lo que se suma una creciente **precarización del periodismo de proximidad** (Abernathy, 2020).

HIPÓTESIS. La calidad de la información de proximidad puede vincularse con el bienestar de la ciudadanía.



Se busca proporcionar un **indicador de valor social**, que permita desarrollar un **tratamiento informativo especializado**, así como evaluar la calidad de dicha actividad.

Metodología

Estrategia de investigación mixta:

**Entrevistas
semiestructuradas**

Análisis de contenido

En primer lugar, se efectúan entrevistas en profundidad con periodistas de medios locales y expertos (académicos y consultores). Posteriormente, se aplica un análisis de contenido (**estudio de casos**) para **cotejar los ítems de la herramienta**.

El indicador sintético definido busca **incrementar el impacto social de las ciencias de la comunicación**, especialmente en las redacciones que se dedican a la proximidad.



Diseño de la investigación

Los materiales se analizan con el **software de análisis cualitativo Atlas.ti** para encontrar patrones temáticos.

Este trabajo es una **aplicación de un indicador previamente diseñado** por el autor y un proyecto al que perteneció.

Proyecto I+D+i Feder Andalucía 2014-2020 "La información periodística y el bienestar: análisis de la función social de la empresa periodística andaluza" (Ref. US-1380696). Financiado por el *Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder)* y la *Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía, España*.

Indicador de Compromiso Social (ICS) en el Periodismo de Proximidad: Hacia un Modelo de Calidad en los Medios Locales

Social Engagement Indicator (SEI) in Proximity Journalism: Towards a Quality Model in Local Media

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

Cómo citar este artículo.

Caro-González, Francisco J.; Rivas-de-Roca, Rubén; Garrido-Lora, Manuel; García-Gordillo, Mar (2024). "Indicador de Compromiso Social (ICS) en el periodismo de proximidad: hacia un modelo de calidad en los medios locales". *Profesional de la información*, v. 33, n. 2, e330219. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0219>

Artículo recibido el 08-11-2023
Aceptación definitiva: 09-01-2024



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



Rubén Rivas-de-Roca
<https://orcid.org/0000-0001-5842-4533>
Universidad Rey Juan Carlos
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Depto. de Comunicación y Sociología
Camino del Molino, 5
28942 Fuenlabrada (Madrid), España
ruben.rivasderoca@urjc.es



Manuel Garrido-Lora
<https://orcid.org/0000-0002-3614-0545>
Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
Depto. de Com. Audiovisual y Publicidad
Avda. Américo Vespucio, s/n
41092 Sevilla, España
mgarri@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
margordillo@us.es

Resultados (entrevistas)

- Primera aproximación a posibles variables de calidad por parte de **los integrantes del proyecto** (equipo de 10 personas).
- A continuación, se realizan las entrevistas mediante un **muestreo de bola de nieve (n=22)**.

Cód.	Categoría	Número
R1	Directores de medios locales	9
R2	Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía	1
R3	Investigadores de Economía Social y Solidaria	3
R4	Investigadores externos en Periodismo Local	2
R5	Federación Andaluza de Cooperativas de Trabajo	1
R6	Sembramedia	1
R7	Responsables de comunicación en instituciones públicas	5



Resultados



- En concordancia con las entrevistas realizadas, se observa:

Bloques	Variables	% bloque
EF	Secciones de servicio	14%
	Recursos narrativos con espacio propio independientes de la noticia	
	Presencia en redes sociales	
RA	*Acceso a las noticias (respuesta única)	52%
	Botón de registro	
	Opción de envío de fotos / noticias	
	Realizan encuestas / sondeos / cuestionarios	
	Existen foros / chats	
	Sección de cartas al director o similar	
	Solicitan apoyo económico (hazte socio / donaciones/patrocinio)	
	Formas de compartir la noticia	
	Permiten comentarios a las noticias	
	Respuesta a comentarios por parte del medio	
Publican información sobre política de comentarios		
TR	Publican el staff	34%
	Publican línea editorial	
	Existen formas accesibles de contactar con la empresa	
	Publican limitaciones a la publicidad (ética)	
	Publica información sobre sus ingresos	
	Publica los nombres de donantes/patrocinadores	
Publican manual de ética/estilo		

Estudio de casos

- Los estudios de casos sirvieron para cotejar sobre el terreno (**Andalucía y sur de Portugal**) la validez de la información obtenida en las entrevistas.
- Las nueve empresas periodísticas locales seleccionadas debían cumplir los siguientes criterios: formato digital; que en conjunto abarcasen la mayor parte del territorio, y que fuesen **empresas consolidadas** con más de 5 años de antigüedad.
- Las seleccionadas fueron: *Sevilla Actualidad*, *Diario de Sevilla*, *La Voz del Sur*, *Noticias de Jaén*, *Huelva24.com*, *Cordópolis*, *La Voz de Almería*, *Mediotejo.net* y *Sul Informação*.

Variables periódicas identificadas para mejorar la calidad informativa:

Listado general de buenas prácticas	Acciones concretas
1. Enfoque	-Combinan un enfoque de cercanía con el abordaje de cuestiones complejas
2. Autoría	-Periodista del medio
	-Periodista colaborador experto
3. Contenido	-Antecedentes contextualizados
	-Consecuencias contextualizadas
	-Claridad en el lenguaje
	-Información completa
4. Fuentes periódicas	-Diversidad en la consulta de fuentes institucionales
	-Expertos
	-Personales (anónimas)
5. Género periodístico	-Lenguaje digital
	-Narrativas originales

Conclusiones

- **Tres bloques de interés periodístico:** estructura formal, relaciones con la audiencia y transparencia.
- **Cinco variables sobre las que intervenir en las piezas:** enfoque, autoría, contenido, fuentes y género.
- Nuestra labor de transferencia redunda en el impacto social de las ciencias de la comunicación, **al permitir que ciudadanos y periodistas puedan llevar a cabo una valoración fundamentada de la actividad informativa local.**





Grazas pola vosa atención



rubenrafael.rivasderoca@usc.es