

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

Social value indicators in local journalism: a proposal from and for the profession

Rubén Rivas-de-Roca

Citación recomendada:

Rivas-de-Roca, Rubén (2025). "Indicadores de valor social en el periodismo local: propuesta desde y para la profesión [Social value indicators in local journalism: a proposal from and for the profession]". En: Dinu, N. R.; Baiget, T. (eds.). *Divulgación, Transferencia e Impacto Social de la Ciencia*. Granada: Ediciones Profesionales de la Información. ISBN: 978-84-125757-2-9
<https://doi.org/10.3145/codi2025/002>



Rubén Rivas-de-Roca

<https://orcid.org/0000-0001-5842-4533>

<https://directorioexit.info/ficha5316>

Universidade de Santiago de Compostela

Facultade de Ciencias da Comunicación

Grupo de Investigación Novos Medios

Av. de Castelao, s/n

15782 Santiago de Compostela, España

rubenrafael.rivasderoca@usc.es

Resumen

El periodismo de proximidad es una especialización informativa de fuerte compromiso social, en tanto que aborda lo que sucede en el entorno más cercano al ciudadano. No obstante, el sector se halla en un período de transformación, que amenaza incluso su continuidad en algunos territorios (desiertos de noticias). En este contexto, el presente trabajo busca exponer el proceso de creación de una herramienta analítica que sirva para examinar el valor social de los medios locales. Esta posibilidad de evaluación engarza con el impacto social de las ciencias de la comunicación en las redacciones. A partir de una investigación mixta, basada en entrevistas semiestructuradas a periodistas y expertos, así como análisis de contenido, se ofrecen una serie de variables de análisis. Su aplicabilidad se coteja mediante un estudio de casos con diferentes medios locales. El resultado consiste en un conjunto de indicadores sintéticos, acompañados de herramientas adicionales alrededor de tres bloques de interés periodístico (estructura formal, relaciones con la audiencia y transparencia), que

exploran el compromiso de los medios locales con su entorno. Este indicador es sencillo de aplicar y surge del propio sector, lo que redundará en su operabilidad. Por ello, nuestra principal contribución radica en la posibilidad de analizar de manera sistemática los contenidos y estructura de los medios de proximidad, de acuerdo con el principio de compromiso social de dichas iniciativas.

Palabras clave

Periodismo local; Medios de proximidad; Información de calidad; Transparencia; Buenas prácticas; Bienestar social; Calidad informativa; Indicador; Entrevistas semiestructuradas; Análisis de contenido; Relaciones con la audiencia.

Abstract

Local journalism is a journalistic area with a strong social commitment as it addresses what happens in the closest environment to citizens. However, the sector is undergoing a period of transformation, which even threatens its continuity in some territories (news deserts). In this context, this paper seeks to present the process of creating an analytical tool to examine the social value of local media. This possibility of evaluation is linked to the social impact of communication sciences in newsrooms. Based on mixed research through in-depth interviews with journalists and experts as well as content analysis, a range of analysis variables are offered. Their applicability is compared through a case study on different local media outlets. The result is a set of synthetic indicators, accompanied by additional tools around three blocks of journalistic interest (formal structure, audience relations and transparency), which explore the commitment of local media to their environment. This indicator is easy to apply and arises from the sector itself, which derives in its operability. Therefore, our main contribution lies in the possibility of systematically analyzing the content and structure of local media, in accordance with the principle of social commitment of these initiatives.

Keywords

Local journalism; Local media; Quality information; Transparency; Good practices; Social well-being; Quality journalism; Indicator; In-depth interviews; Content analysis; Audience relations.

1. Introducción. Estado actual de la información local

El periodismo de proximidad es una especialización informativa que se ocupa de satisfacer las necesidades de los receptores en su entorno más cercano. El ciudadano necesita conocer aquello que acontece en su territorio próximo, dado que esos hechos tienen consecuencias directas en su día a día, generando 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; Mathews, 2024).

El hecho de que los diferentes medios de proximidad, ya sean regionales, locales o hiperlocales, hagan llegar información a todos los grupos sociales provoca que constituyan instituciones esenciales para sus comunidades (Neff; Picard, 2023). A esto se suma su capacidad de espolear la participación cívica. En ese sentido,

la literatura mantiene de manera consistente que, más allá de proporcionar noticias fiables, el valor del periodismo de proximidad radica en su capacidad de contribuir a la identidad comunitaria y que los usuarios se sientan parte de un grupo determinado por elementos geográficos y culturales (**Costera-Meijer**, 2020).

Sin embargo, este periodismo local ha sido habitualmente denostado por algunas de sus características, como la escasa complejidad de los formatos o la excesiva dependencia de fuentes institucionales, con las que los profesionales de la información comparten espacio. Esto motiva la necesidad de que los periodistas conserven un nivel adecuado de distancia hacia sus fuentes (**Mellor; Nguyen**, 2023). Asimismo, se experimentan variaciones en el modelo de negocio, provocadas por la transición digital. Numerosos medios locales han desaparecido en los últimos años dentro del llamado fenómeno de los “desiertos de noticias” (**Abernathy**, 2020), a la vez que se advierte una creciente precarización del periodismo de proximidad, lo que genera consecuencias democráticas debido a la extinción de vías de información contrastadas (**Ramos et al.**, 2023).

A pesar de que los cambios en el sector son muy profundos, la utilidad de la información de proximidad sigue suponiendo un elemento crucial (**Jenkins; Nielsen**, 2020), como se observó con la importante labor de servicio informativo durante la pandemia de COVID-19 (**Negreira-Rey**, 2024). Para que esta función se cumpla resulta fundamental la calidad informativa, que entronca con principios clásicos del periodismo local, tales como reflejar las necesidades de todos los ciudadanos, abordar temas de interés público o fomentar el compromiso político (**Urban; Schweiger**, 2014).

En dicho contexto, el objetivo de nuestro trabajo es presentar el proceso de elaboración de una herramienta analítica que permita evaluar el grado de compromiso social de los medios locales. Partimos de la asunción de que la calidad de la información de proximidad puede vincularse con el bienestar de la ciudadanía, de ahí que se busque proporcionar un indicador de valor social con dos fines: desarrollar un tratamiento informativo especializado y evaluar la calidad de dicha actividad.

2. Metodología. Propuesta de obtención de los indicadores

Este manuscrito es el resultado de la aplicación de un indicador previamente diseñado por el autor y su anterior grupo de investigación. Como se ha recogido, los medios locales parecen mantenerse como actores esenciales de los sistemas democráticos gracias a su capacidad de fomentar la cohesión social (**Darr et al.**, 2021). Tomando en consideración la función social de los medios de proximidad y el concepto de periodismo de calidad, se pretende lograr una batería de variables para medir la dimensión cívica del periodismo de proximidad.

La posibilidad de evaluación entronca con el impacto social de la ciencia y, en concreto, con el alcance de los estudios en comunicación. Aunque esta

disciplina posee un notable carácter práctico, sus hallazgos se encuentran en ocasiones desligados de la actividad profesional de sectores como el periodismo. Los indicadores aquí definidos buscan incrementar el impacto de las ciencias de la comunicación en las redacciones que se dedican a cuestiones de proximidad.

La investigación emplea una estrategia de investigación mixta, basada en entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido. En primer lugar, se efectúan entrevistas con periodistas de medios de proximidad, pero también con expertos del sector como académicos o consultores (Tabla 1). Esta interacción posibilita definir unas variables, preparadas inicialmente por el equipo de trabajo del proyecto, cuyo funcionamiento se coteja a través del análisis de contenido. Posteriormente se aplica un estudio de casos con diferentes medios locales, donde se puede observar el correcto funcionamiento de la herramienta.

Tabla 1. Participantes en las entrevistas.

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

Los materiales se analizan mediante el software de análisis cualitativo *Atlas.ti*, siguiendo un enfoque temático. Específicamente, la presente comunicación da cuenta del proceso de creación del Indicador de Compromiso Social (ICS) (**Caro-González et al.**, 2024), así como de otras proposiciones asociadas derivadas de la investigación mixta, entre las que se halla un decálogo de recomendaciones. El resultado es un conjunto de indicadores sintéticos, acompañados de herramientas adicionales, que examinan el compromiso de los medios locales con su entorno. La literatura ha identificado la utilidad de la información local para proveer un periodismo de soluciones (**Wenzel et al.**, 2018) o constructivo (**Rotmeijer**, 2019), algo a lo que nuestra propuesta pretende contribuir.

3. Resultados

3.1. Evidencias desde la profesión

La primera aproximación a las posibles variables de la calidad en el periodismo local se efectúa por parte de los integrantes del proyecto, compuesto por diez académicos de diferentes áreas del conocimiento, tal y como se recoge en un artículo ya publicado (**Caro-González et al.**, 2024). En concordancia con la información recabada en este proceso previo, se definen tres bloques de interés periodístico para el llamado Indicador de Compromiso Social (ICS): estructura formal, relaciones con la audiencia y transparencia.

A continuación, se realizan las entrevistas mediante un muestreo de bola de nieve (n=22). Cada uno de los bloques de variables recibe una ponderación distinta en las entrevistas ejecutadas con periodistas de medios de proximidad y expertos del sector (Tabla 2). Los participantes otorgan un mayor peso a las relaciones con la audiencia (52%), frente a la transparencia (34%) y la estructura formal (14%). Esto significa que el sector prioriza el vínculo con el público, entendido como figura a la que servir, lo cual tiene implicaciones en cómo los propios medios consideran que debe ser su producción informativa.

Tabla 2. Valoración de las variables.

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	

3.2. Estudio de casos. Ítems periodísticos de acción

Los estudios de casos sirvieron para cotejar sobre el terreno la validez de los datos obtenidos en las revistas. En esta propuesta se trasciende de la investigación en la que se diseñó el indicador, ya que se amplían las unidades de análisis a medios del centro y sur de Portugal, que se unen a los casos de la región de Andalucía. 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.

Hay que tener en cuenta que solo el 50% por ciento de las iniciativas emprendedoras mantienen su actividad más allá de un lustro (Shane, 2008). Los

medios seleccionados fueron *Sevilla Actualidad*, *Diario de Sevilla*, *La Voz del Sur*, *Noticias de Jaén*, *Huelva24.com*, *Cordópolis*, *La Voz de Almería*, *Mediatejo.net* y *Sul Informação*. A partir de un análisis de contenido de sus noticias de portada durante una semana (2022), se identificaron una serie de variables periodísticas frecuentes en sus publicaciones. Esto posibilita presentarlas como ítems sobre los que actuar para mejorar la calidad informativa: enfoque, autoría, contenido, fuentes y género.

La transferencia del conocimiento es una parte central del trabajo científico, especialmente relevante en actividades de trascendencia social como el periodismo. Los estudios en comunicación en España se alinean en esa dirección (**Clemente-Mediavilla; Semova, 2023**), si bien se observa una escasez de iniciativas en torno a la información local. Por ello, este manuscrito esboza un código de buenas prácticas en los medios locales para incrementar su dimensión social. Las conclusiones prácticas surgen de una revisión de la literatura y de los resultados presentados en esta investigación, lo que nos lleva a desarrollar un conjunto de consejos. Se trata de recomendaciones generales para las variables localizadas, con el fin de servir de guía a un periodismo de mayor calidad en la cobertura de la proximidad (Tabla 3).

Tabla 3. Variables sobre las que intervenir.

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 periodísticas	Diversidad en la consulta de fuentes institucionales
	Expertos
	Personales (anónimas)
5. Género periodístico	Lenguaje digital
	Narrativas originales

En resumen, existen diversos parámetros en los que intervenir de una manera formal para mejorar la calidad de las piezas periodísticas, aplicando el

compromiso con la audiencia como base. Estas pautas deben ser integradas en las rutinas de las redacciones, aunque ese proceso podría enfrentarse a potenciales reticencias. Por ello, se antoja pertinente que estos códigos procedan de la propia profesión. La información ideal sería aquella que combine el enfoque diverso con la autoría propia, la contextualización, la pluralidad de fuentes y el uso de una narrativa digital y original.

4. Conclusiones

La prensa local juega un papel valioso como cronista de las comunidades cercanas. De hecho, su función democrática obliga a contextualizar y cubrir los temas que más afectan a los ciudadanos. En una era hiperconectada, esa cobertura especializada obliga al desarrollo de una óptica local que explique la complejidad de los temas globales (**Hess; Waller**, 2017). La herramienta de transferencia aquí presentada aporta elementos de reflexión a los medios locales acerca de cómo afrontar su trato con la audiencia y el resto de los actores que conforman la esfera de proximidad. Esta batería de variables, derivadas del ICS, es sencilla de aplicar y surge del propio sector, lo que redundará en su operabilidad.

Nuestra mayor contribución pasa por habilitar una estrategia que de manera sistemática analice el funcionamiento de los medios de proximidad, según su principio de compromiso social. Se brinda además un índice de buenas prácticas que funciona como modelo normativo ideal para el desarrollo de un periodismo local eficaz, a partir de ítems esenciales para esa especialización informativa. Esta labor de transferencia redundará en el impacto social de la ciencia comunicativa, al permitir que ciudadanos y periodistas puedan llevar a cabo una valoración fundamentada de la actividad informativa local, esencial para el buen funcionamiento democrático.

En concreto, se exponen tres bloques de interés periodístico (estructura formal, relaciones con la audiencia y transparencia) y cinco variables (enfoque, autoría, contenido, fuentes y género) sobre las que trabajar en las piezas informativas. La propuesta se halla en consonancia con los enfoques detectados por autores previos para un periodismo local constructivo (**Hermans; Gyldensted**, 2019), como incluir contexto, incorporar voces diversas o fomentar el compromiso de la audiencia. El objetivo es que estas herramientas resulten de utilidad para las redacciones de medios locales.

5. Referencias

Abernathy, Penelope Muse (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* University of North Carolina at Chapel Hill.

Anderson, Chris W. (2013). *Rebuilding the news: metropolitan journalism in the digital age*. Temple University Press.

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*, 33(2), e330219.

<https://doi.org/10.3145/epi.2024.0219>

Clemente-Mediavilla, Jorge; Semova, Dimitria J. (2023). Introducción. El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento en Comunicación. En: Jorge Clemente-Mediavilla & Dimitria J. Semova (eds.), *El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento*. Observatorio ATIC, nº 6 (pp. 11-15). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

<https://doi.org/10.52495/intro.emcs.14.p102>

Costera Meijer, Irene (2020). What Does the Audience Experience as Valuable Local Journalism: Approaching Local News Quality from a User's Perspective. En: Agnes Gulyas & David Baines (eds.), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (357-367). Routledge.

Darr, Joshua P.; Hitt, Matthew P.; Dunaway, Johanna L. (2021). *Home Style Opinion: How Local Newspapers Can Slow Polarization*. Cambridge University Press.

Hermans, Liesbeth; Gydensted, Cathrine (2019). Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism*, 20(4), 535-551.

<https://doi.org/10.1177/1464884918770537>

Hess, Kristy; Waller, Lisa (2017). *Local Journalism in a Digital World*. Palgrave Macmillan.

Jenkins, Joy; Nielsen, Rasmus Kleis (2020). Proximity, public service, and popularity: A comparative study of how local journalists view quality news. *Journalism Studies*, 21(2), 236-253.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>

Mellor, Noha; Nguyen, An (2023). Engaging Audiences With Local News: Can Solutions Journalism Be a Solution to Local Media Crisis? *International Journal of Communication*, 17, 6466-6484.

<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21031>

Neff, Timothy; Pickard, Victor (2023). Building Better Local Media Systems: A Comparative Policy Discourse Analysis of Initiatives to Renew Journalism Around the World. *Journalism Studies*, 24(15), 1877-1897.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2253928>

Negreira-Rey, María-Cruz (2024). From the Capital to the Neighborhood: The Hyperlocal Media Model in the Spanish Context. *Journalism Practice*, 18(10), 2547-2567.

<https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2159499>

Nielsen, Rasmus Kleis (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. I.B. Tauris.

Ramos, Giovanni; Torre, Luísa; Jerónimo, Pedro (2023). No Media, No Voters? The Relationship between News Deserts and Voting Abstention. *Social Sciences*, 12(6), 345.

<https://doi.org/10.3390/socsci12060345>

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*, 75.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414>

Rotmeijer, Sanne (2019). 'Words that work?' Practices of constructive journalism in a local Caribbean context. *Journalism*, 20(4), 600-616.

<https://doi.org/10.1177/1464884918770555>

Shane, Scott A. (2008). *The Illusions of Entrepreneurship*. Yale University Press.

<https://yalebooks.yale.edu/book/9780300158564/the-illusions-of-entrepreneurship>

Urban, Juliane; Schweiger, Wolfgang (2014). News Quality From the Recipients' Perspective. *Journalism Studies*, 15(6), 821-840.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.856670>

Weber, Matthew S.; Mathews, Nick (2024). Explicating Local: An Audience-Based Framing of Local Community and Local News. *Digital Journalism*, 12(1), 28-47.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2142629>

Wenzel, Andrea; Gerson, Daniela; Moreno, Evelyn; Son, Minhee; Hawkins, Breanna Morrison (2018). Engaging stigmatized communities through solutions journalism: residents of South Los Angeles respond. *Journalism*, 19(5), 649-667.

<https://doi.org/10.1177/1464884917703125>