

# Tendencias académicas en el análisis del periodismo de proximidad: propuesta de una revisión bibliográfica

*Academic Trends in the Analysis of Community Journalism: a Proposal for a Literature Review*

**María Rosario Onieva Mallero**

Universidad Complutense de Madrid | Avenida de Séneca, 2 (Ciudad Universitaria), 28040 Madrid | España

 0000-0002-0485-0876 | maroniev@ucm.es

Recepción 31/05/2024 · Aceptación 21/10/2024 · Publicación 15/04/2025

## Resumen

Una realidad como la desinformación a escala internacional refuerza el valor otorgado a los medios de comunicación locales como garantes no solo del libre acceso a la información sino del propio sistema democrático. Se revisa la literatura científica generada en torno al periodismo de proximidad a lo largo de estas tres últimas décadas con el objetivo de proporcionar un repertorio bibliográfico de relevancia a los investigadores en la materia. Se consideran los textos que examinan el tema desde un punto de vista que tiene que ver con la contribución a la definición de la noción o que centran su atención en áreas territoriales o en países específicos. Para ello, se han considerado aportaciones referenciadas que han sido extraídas de artículos de revistas científicas, monografías, capítulos de libros, comunicaciones y ponencias presentadas en congresos y tesis doctorales. Como índices de referencia se han empleado de modo prioritario: JCR, SJR, FECYT y IDR para revistas; SPI para monografías y capítulos de libros; CPCI-S para comunicaciones y ponencias; y las bases de datos NDLTD, OATD y Teseo para tesis doctorales. La revisión permite establecer cuatro líneas prioritarias para la academia: conceptualización del término; impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, que asimismo engloba facetas como la disruptión del mercado y la transición digital; examen de la realidad por áreas geográficas y/o por países; y todo lo que tiene que ver con el fenómeno de los desiertos informativos. A ellas se incorpora una quinta estrictamente referida a la producción científica en el caso de España.

**Palabras clave:** periodismo, prensa local, prensa regional, prensa de proximidad, desiertos informativos.

## Abstract

*A reality such as disinformation on an international scale reinforces the value of local media as guarantors not only of free access to information but also of the democratic system itself. The scientific literature on community journalism generated over the last three decades is reviewed with the aim of providing a bibliographical repertoire of relevance to researchers in the field. Texts that deal with the topic from a point of view that contributes to the definition of the term or that focus on territorial areas or specific countries are considered. References were taken from articles in scientific journals, monographs, book chapters, communications and papers presented at conferences and doctoral theses. Priority has been given to the following reference indices: JCR, SJR, FECYT and IDR for journals; SPI for monographs*

*and book chapters; CPCI-S for communications and papers; and the NDLTD, OATD and Teseo databases for theses. The review makes it possible to identify four priority areas for science: the conceptualisation of the term; the impact of the new information and communication technologies, which also includes facets such as market disruption and digital transition; the study of the reality by geographical area and/or country; and everything related to the phenomenon of news deserts. A fifth one is added, referred to scientific production in Spain.*

**Keywords:** journalism, local press, regional press, community press, news deserts.

---

## 1. Introducción

La prensa local, regional o de proximidad ha recibido una considerable atención por parte de la literatura científica a lo largo de estos últimos treinta años, sustentada en las aportaciones pioneras de Byerly (1961) quien destaca el valor añadido de la proximidad sobre los receptores, Kennedy (1974) asimismo referido a su capacidad para generar comunidad en un determinado escenario geográfico, Mabileau & Tudesq (1980) que diseccionan sus singularidades o Lavrakas-Holley (1989) en torno a la búsqueda de una identidad corporativa propia

Martínez Juan (2003) subraya que, más allá del término empleado para describir esta realidad, lo verdaderamente relevante es que se trata de un tipo de periodismo caracterizado por aspectos como su ubicación en un lugar delimitado tanto desde el punto de vista geográfico como jurídico cuyos habitantes reúnen una unicidad cultural y cuentan con unos intereses comunes, una audiencia en la que se percibe una cercanía entre los ciudadanos y los poderes públicos, unos contenidos de variada índole pero siempre elaborados a partir de ese espacio limitado, unos intereses mediáticos ligados con las coordenadas geográficas y una responsabilidad social del medio con el territorio en el que se encuentra.

Esteve & Fernández-del-Moral (2007) ponen de relieve que nos encontramos ante una clase de prensa que, sin despreciar otros contenidos que son también tratados por su redacción, pone particular énfasis en las novedades que afectan a una determinada área geográfica e inciden en múltiples facetas que van desde lo político hasta lo económico pasando por lo cultural, lo social, lo deportivo, lo científico-tecnológico o lo urbanístico, entre otras posibilidades.

Este artículo surge con el objetivo de llevar a cabo una revisión de la bibliografía científica existente en torno a este fenómeno que se ha acumulado durante la última década del siglo XX y el ya casi primer cuarto del XXI. De esta manera seguimos y ampliamos una senda que, en el caso concreto de España, ha comenzado a ser recorrida por autoras como De-Haro & Salinas (2024), centradas en la exploración sistemática de la realidad en la prensa murciana.

Consideramos que, más allá de cómo se denomine esta realidad (local, regional, de proximidad), lo verdaderamente relevante es la amplia variedad de facetas de estudio que proporciona esta modalidad periodística, lo que nos mueve a plantear tres preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se contempla desde la academia la estela de la mercantilización (López-García, 2004) y la existencia de una doble y simultánea tendencia de la comunicación que alude a la globalización y a la atención de lo local como dos caras dentro del mismo mundo informativo (Parratt, 2002)?

2. ¿Hasta qué punto la literatura científica atiende el conjunto de vicisitudes que la afectan y que ocasionan la disrupción del negocio (Pickard, 2022) provocando la adopción de estrategias de la más variada naturaleza por parte de las empresas periodísticas (WAN-IFRA, 2022)?
3. ¿De qué manera el examen holístico de esta realidad sienta las bases no solamente para su mejor conocimiento sino también para servir de herramienta estratégica que mejore la política corporativa de aquellas empresas de la información que se han decantado por desarrollar su actividad en este segmento de mercado?

## 2. Método

Se ha procedido a la revisión sistemática de la bibliografía científica generada en torno al periodismo de proximidad. El periodo temporal tratado se sitúa de modo prioritario entre 1990 y 2024. Por motivos de espacio, se consideran únicamente los textos que examinan el tema desde un punto de vista que tiene que ver con la contribución a la definición de la noción o que centran su atención en áreas territoriales o en países específicos, descartándose los trabajos sobre regiones o municipios dentro de una nación, los referidos a grupos empresariales o los que tienen que ver con un determinado medio de comunicación.

Las aportaciones referenciadas han sido extraídas de artículos de revistas científicas, monografías, capítulos de libros, comunicaciones y ponencias presentadas en congresos y tesis doctorales. Se han excluido textos procedentes de artículos de divulgación, trabajos de fin de máster y trabajos de fin de grado por estimarse que su valor de relevancia potencial para la comunidad científica se encontraba muy por debajo de las contribuciones citadas con anterioridad. El volumen total de documentos analizados alcanza las 2.670 obras.

En el caso de las revistas científicas se han tenido en cuenta las indexadas en los indicadores Journal Citation Reports (JCR) y SCImago Journal Rank (SJR), así como las aportaciones de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) y el Índice Dialnet de Revistas (IDR). Tanto las monografías como los capítulos de libros considerados han sido seleccionados conforme a su publicación en editoriales incorporadas al Scholarly Publishers Indicators (SPI).

En lo que se refiere a comunicaciones y ponencias correspondientes a congresos científicos se ha empleado la base de datos del Conference Proceedings Citation Index of Science (CPCI-S) extraído de la plataforma Web of Science (WoS). Las tesis doctorales proceden de la búsqueda a través de las bases de datos Networked Digital Library of Theses and Dissertations (NDLTD), Open Access Theses and Dissertations (OATD) y Teseo (únicamente tesis españolas).

Del análisis bibliográfico llevado a cabo se deriva la detección de cuatro principales líneas de investigación por parte de la academia. Las tres primeras se refieren al fenómeno en sí: conceptualización del término; impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones; y examen de la realidad por áreas geográficas y/o por países (de ella, en este artículo extraemos una línea específicamente referida a la realidad de España). La cuarta tiene que ver con el reverso de la moneda: la carencia de medios de comunicación especializados en información local que conlleva el fenómeno de los desiertos informativos, cuyo carácter novedoso y hondo impacto social llaman la atención de un creciente número de investigadores.

### 3. Resultados

#### 3.1. Conceptualización del término

Prensa local, regional o de proximidad son vocablos empleados de manera habitual por la bibliografía científica internacional y española, por regla general con un significado común. Esteve (2002) introduce la matización de que información local o regional es el más frecuentemente empleado si bien la información de proximidad lo define con mayor exactitud.

López-de-Zuazo (1976) y De-la-Mota (1988), en sus compilaciones dedicadas respectivamente al periodismo y a la comunicación, optan por la palabra local por considerar que se adecua mejor tanto al tipo de contenido habitualmente presentado como a la identificación territorial de dichos medios. López-de-Zuazo entiende que “suele incluir noticias y comentarios sobre la gestión municipal, vida de sociedad, actos públicos, etc.” (1976, p. 120) mientras que De-la-Mota apostilla que asimismo engloba “cualquier información o mensaje que se refiere a la zona donde radica el Medio” (1988, p. 73).

Hallamos un empleo prioritario de la información local en los trabajos de Anderson (2013) que reflexiona sobre su capacidad para adecuarse al cambiante ecosistema de las ciudades, Nielsen (2015) que sitúa tal realidad en la base estratégica del periodismo considerado en términos generales y Leupold et al. (2016), quienes ponen de relieve de qué manera estos medios aportan el valor añadido de pertenencia a una determinada comunidad. Hess & Waller (2017) ponen en valor su práctica profesional y Napoli et al. (2017) lo identifican con las necesidades de unas audiencias geográficamente determinadas. En esta línea se encuentran Halliday et al., (2020) con su reflexión sobre su potencial impacto en la lucha contra las desigualdades que se producen en el seno de un espacio territorialmente delimitado, Jenkins & Nielsen (2020a) quienes se adentran en su capacidad de evolución en un entorno cambiante y competitivo y Hayes & Lawless (2021) que enfatizan la relación entre su erosión y el incremento del desencanto político.

Asimismo, resulta notable la cantidad de estudiosos que aluden al concepto de prensa regional. Gaunt & Pritchard (1990) examinan las relaciones entre los medios regionales franceses y las agencias de noticias, McNair (1994) analiza el mercado británico de la información y alude a medios impresos y de carácter audiovisual y Aldridge (2001) considera el peso específico de las profesionales de la información femeninas en las redacciones. Por su parte, Correia et al. (2011) reflexionan sobre su engarce con las nociones de esfera pública y sociedad civil, Hess & Bowd (2015) lo examinan en relación con las redes sociales, Longden (2017) centra la atención en cuestiones que guardan relación con la deontología profesional y Wessels et al. (2018) estudian su rol de ancla de confianza dentro del contexto de la comunicación global digital a partir de la experiencia sueca.

El tercero de los vocablos, proximidad, es también empleado por un considerable número de autores. Entre ellos destacamos a Camponez (2002), quien a partir del caso de una incineradora de residuos ubicada en Leiria advierte sobre las repercusiones de llevar hasta sus últimas consecuencias el compromiso con una comunidad local. En buena medida su trabajo marca la considerable influencia lusa en esta terminología. Caldevilla (2013) se aproxima a la incidencia de la web 2.0 en esta realidad, Negrea (2019) examina su capacidad para la generación de vínculos que contribuyan a la consolidación del consenso democrático y Alves (2020) reflexiona en torno a las relaciones que se establecen entre esta clase de prensa y las redes sociales.

En una línea ligeramente diferente, Moragas (1988) emplea el concepto de mesocomunicación y subraya la necesidad de ir más allá del análisis del control de las políticas democráticas de control y considerar la democratización de su uso; por su parte, García-Leiva (2015) liga la proximidad como parte de los derechos humanos de índole cultural, explícitamente reconocidos en la Convención sobre la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales de la UNESCO (2005).

Guillamet (2002) establece una diferenciación entre lo local y lo regional que trasciende lo meramente territorial y se incardina dentro de lo conceptual y subraya de qué manera el desarrollo industrial del periodismo a finales del siglo XIX y la aparición de la prensa de masas en el primer tercio del siglo XX relegan a la prensa local a una función secundaria frente a los grandes diarios que se desarrollan en las capitales pero al mismo tiempo dan lugar al nacimiento y desarrollo de la prensa regional, que no es más que un estadio superior de la prensa local y “es fruto del crecimiento de las ciudades, del desarrollo de las comunicaciones interiores y del crecimiento de la influencia que una serie de ciudades pueden adquirir sobre el territorio más próximo” (p. 187).

### 3.2. Impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones

Franklin (1998) constituye uno de los primeros autores que reflexiona en torno a cuáles es el impacto de las NTIC sobre la estructura productiva de los medios locales. Sparks (2002) estima que la ruptura de las usuales barreras de distribución geográfica por una parte le resta la ventaja competitiva de la proximidad, pero, al mismo tiempo, incrementa sus mercados potenciales.

Hume (2012) indica que el influjo de las NTIC ocasiona la globalización en el acceso a los contenidos *online* e implica la dilución de la noción de lo local que apenas conserva a duras penas su nombre. Por su parte, Salaverría et al. (2018) consideran que por medios locales se entienden “todos aquellos comprendidos desde los medios municipales hasta los medios orientados a toda una comunidad autónoma, pasando por los medios comarcales y provinciales” (p. 1043), excluyéndose los cibermedios hiperlocales que se identifican con los publicados para un barrio o distrito.

En relación con las posibilidades de interacción entre los medios regionales y las audiencias gracias al acceso *online* de los contenidos resaltamos las aportaciones de Lewis et al., (2010), Loosen & Schmidt (2012), Ihlebaek & Krumsvik (2015), Carson et al. (2016), McCollough et al. (2017) y Weber & Mathews (2022), en las que se subraya la existencia de un formidable potencial de *feedback* sustentado en la figura del prosumidor.

Frente a dicha concepción, existe otra línea de pensamiento que expresa una opinión de mayor escepticismo y que es esgrimida por investigadores como Boczkowski & De-Santos (2007), García-Orosa (2018) y Welbers et al. (2018), quienes consideran que la experiencia ha demostrado que el incremento de cibermedios de toda índole y alcance geográfico no ha supuesto ni una mayor variedad de los temas abordados ni unos superiores niveles de interactividad por parte de los receptores.

Los efectos de la disruptión del mercado son abordados por Parks (2021), quien pone de relieve su vulnerabilidad ante el cúmulo de circunstancias desfavorables donde tiene que desarrollar su actividad, pero de modo adicional advierte que se trata del segmento de la industria de la información que cuenta con un mayor potencial para conformar un nuevo ecosistema mediático más sólido y adaptado a los verdaderos requerimientos de la sociedad. Peña et al. (2016) y Jenkins

& Nielsen (2018) exponen que la transición digital resulta particularmente complicada para los medios locales, en muchas ocasiones incapaces de generar las imprescindibles economías de escala en materia tecnológica, productiva y comercial.

Schulz (2021), a partir de un análisis de 38 países y una lista de 15 temas locales, traza una estadística para medir su relevancia que cruza los niveles de apego a la comunidad local con la tasa media de acceso a temas locales, llegando a la conclusión de que dicho apego es un factor asociado con un mayor uso de las noticias locales, si bien las diferencias en su consumo entre los países pueden tener muchas otras causas, de tal modo que quienes más se involucran en la comunidad consumen más noticias locales.

Galletero & Jerónimo (2019) realizan un análisis comparativo de las realidades de España y Portugal y concluyen con la percepción de que “el volumen de negocio de las empresas editoras, desigual en ambos países, condiciona los recursos para desarrollar portales más competitivos en lo tecnológico” (p. 74).

Martin & McCrain (2019) centran su atención en cómo dicho proceso está reforzando las presiones económicas y dificultando la supervivencia de las empresas informativas que han apostado por este segmento de negocio en un estudio que pese a referirse a la realidad de Estados Unidos resulta de utilidad para la comprensión de otros mercados locales. LeBrun et al. (2022) indican la dificultad que para el mantenimiento de su rentabilidad supone la creciente competencia de medios de alcance transregional. Cook et al., (2016) y Jerónimo et al. (2022) subrayan la generalizada caída de ingresos derivada de la menor circulación de ejemplares y el consiguiente descenso de la publicidad.

En una línea diferente Pantic (2022) señala como un aspecto a considerar que las reducidas plantillas de que disponen los medios locales favorecen, en determinadas ocasiones, que parte de los contenidos sean producidos por voluntarios y estudiantes de periodismo, lo que por una parte conlleva un reforzamiento de los nexos entre el periódico y la comunidad a la que se dirige pero al mismo tiempo plantea consideraciones laborales y deontológicas.

Jenkins & Jerónimo (2021) presentan un análisis comparado de Alemania, Francia, Finlandia y Portugal, basado en entrevistas con miembros del personal de periódicos locales y regionales de esos cinco países, y subrayan los diferentes niveles de integración en sus procesos editoriales que conlleva concluyendo que las implicaciones de la transformación digital en los medios son evidentes en la estructura organizativa y la cultura, las estrategias de liderazgo y las funciones y responsabilidades de editores y reporteros. Mathisen (2023) pone de relieve la particular relación que se produce con las fuentes de información sustentada en el caso de 24 medios de comunicación noruegos, que incluyen prensa impresa y *online* así como emisoras de radio, cuya estructura productiva es examinada de manera exhaustiva.

Adentrándose en el terreno de los nuevos formatos, Nel & Westlund (2012) exponen las posibilidades que la telefonía móvil brinda a esta clase de medios para optimizar sus procesos productivos y focalizarse en un conjunto de actividades que se encuadran dentro de las cuatro Cs (canales, conversación, contenido y comercialización). Se abre así una senda que posteriormente ha sido retomada por Goggin et al. (2015) y por Schmitz (2020) al estudiar dicho fenómeno en el conjunto de la industria.

La tecnología del *podcasting* y sus posibilidades para los medios locales da paso a una línea de investigación que resulta particularmente fecunda. El fenómeno es analizado por Martínez –García & Navarro (2019), focalizados en la necesidad de atraer nuevas audiencias mediante el vector de la proximidad, Jenkins & Nielsen (2020b), quienes ponen de relieve cómo se están incorporando en su estructura productiva, así como Crider (2023), que resalta sus expectativas de futuro consideradas principalmente en el corto y medio plazo.

Delgado (2018) analiza el *podcasting* en medios de comunicación radicados en Navarra; Martínez-Costa et al. (2021), a partir del análisis de su empleo en algunos medios regionales de Castilla y León, consideran que se presenta como una oportunidad más para la necesaria transformación digital de los medios tradicionales de ámbito local y regional; y De Sola & Segura (2022) se centran en la comunidad autónoma de Aragón y se refieren exclusivamente al pódcast generado por *Heraldo de Aragón*, examinando facetas como el tipo de contenidos tratados, los géneros predominantes o la organización de los recursos humanos que intervienen en su producción.

Antunes & Salaverría (2018) subrayan, como elemento clave en su proceso de consolidación y expansión dentro del mercado comunicativo a escala global, que “están propiciando una fragmentación de las audiencias, una diversificación de la oferta de contenido, proliferando múltiples centros de producción, a veces vinculados a un solo individuo” (p. 1775), mientras que McHugh (2012) lo enraíza con la noción de COHRD (*Crafted Oral History Radio Documentary*), entendido como un verdadero género informativo que combina historia oral, arte y periodismo radiofónico, y Gutiérrez García et al. (2019) hacen hincapié en la faceta de la serialización aplicada al caso de los pódcast de esencia narrativa.

Barnett & Townend (2015) se refieren al fenómeno de los medios hiperlocales y Firmstone (2016) a la percepción de sus propios periodistas. Hastjarjo (2017) centra la atención en las oportunidades y desafíos en el medio y corto plazo y Wadbring & Bergström (2017) subrayan la profunda crisis estructural a la que deben hacer frente en un entorno tan globalizado como competitivo. Ahva & Wiard (2018) ponen el acento en las relaciones que se establecen entre los medios de proximidad y sus audiencias, Tenor (2019) se refiere al emprendimiento y Bowden et al. (2021) aluden a su incidencia en determinados temas críticos dentro de la agenda social.

Y, por último, Lauterer (2006) reflexiona acerca de una cuestión como el periodismo comunitario, entendido como una realidad que conlleva un conjunto de implicaciones estratégicas que van más allá de la noción del periodismo local y cuya práctica, por consiguiente, plantea numerosos retos a los profesionales de la información. Su línea de trabajo es seguida y ampliada por autores como Lowrey et al. (2008), quienes trazan una escala para medir el grado en que los medios de comunicación ayudan a la comunidad, Reader (2012), que profundiza en la conceptualización del término, y Robinson (2014), centrada en contextualizar su evolución diacrónica, así como en subrayar su vigencia en el nuevo entorno mediático.

### 3.3. Examen de la realidad por áreas geográficas

Dentro de la vertiente que examina los diversos mercados locales, cada cual con sus singularidades pese a sus evidentes puntos en común, destacamos los análisis relativos a Alemania de Handstein (2010), centrado en la definición de estándares de calidad, y Möhring (2015), referido al estado de

la investigación sobre el periodismo de proximidad; Hess & Waller (2016), partir del estudio de tres casos reales en Australia, subrayan las ventajas añadidas aportadas a los ciudadanos que se informan mediante esta clase de medios.

En la evaluación de la situación en Francia, Holubowicz (2012) plantea, a partir del caso de *Le Dauphiné Libéré*, cómo afectan las nuevas herramientas a las prácticas profesionales y a la percepción que los periodistas tienen de su rol en la sociedad mientras que Amiel & Powers (2019) reflexionan sobre el conocido como periodismo de soluciones y su impacto sobre las comunidades locales del país.

Kerkhoven & Bakker (2014) se refieren a Países Bajos y analizan 123 medios hiperlocales, explicando cuáles son los principales modelos de negocio que adoptan para subsistir en un mercado cada vez más competitivo; Halvorsen & Bjerke (2019) identifican 67 de estos medios en Noruega y exponen que menos de un tercio generan los suficientes ingresos propios para garantizar su pervivencia; Hujanen et al. (2019) se focalizan en Finlandia y disertan sobre su capacidad para involucrar a las audiencias en la construcción de comunidades; y Berthelsen & Hameleers (2021) examinan el estado de la cuestión en Dinamarca y concluyen que un enfoque en el periodismo de servicio puede contribuir a alcanzar a los grupos poblacionales de menor edad y más reacios al consumo de estos contenidos.

Con relación al caso de Portugal citamos las aportaciones de Camponez (2002), quien a partir del caso de una incineradora de residuos ubicada en Leiria advierte sobre las repercusiones de llevar hasta sus últimas consecuencias el compromiso con una comunidad local, Jerónimo (2013), referida a la escasa apuesta por la innovación en aspectos como la hipertextualidad, la multimedialidad o la interactividad que resultan básicos para acceder a las nuevas generaciones de lectores, y la propia ERC (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social*) (2010), que realiza un extenso y profundo análisis transversal elaborado a partir de testimonios de responsables de diarios locales y regionales.

En lo que respecta al Reino Unido, Harte (2013) subraya la preocupación de los reguladores ante la pluralidad de fuentes de noticias a las que se exponen los ciudadanos en sus localidades y establece las bases estratégicas para medir el crecimiento de este tipo de medios en el corto y medio plazo; y Radcliffe (2015) evidencia su contribución a la vida cívica y a la pluralidad mediática en un contexto de cierres, fusiones, recortes y caída de las ventas.

Richards (2013) traza una propuesta comparativa entre Australia y Canadá y concluye que, pese a las dificultades que deben atravesar, los medios locales no solo benefician a la comunidad en la que desarrollan su acción sino que contribuyen al desarrollo del capital social de ambos países. La realidad de Estados Unidos es recogida por Althaus et al. (2009), quienes determinan la notable correlación entre las tendencias demográficas propias de los mercados de noticias locales y los patrones de exposición a las noticias a nivel individual, así como por Horning (2012), que pone particular énfasis en la afirmación de que, pese a sus menores recursos, este tipo de periodismo resulta sostenible si apuesta por la innovación y por el reforzamiento del compromiso con su comunidad.

En la esfera castellanoparlante, descontado el caso de España recogido en el siguiente subepígrafe, se encuentran los trabajos sobre Argentina de Segura et al. (2018), quienes a partir de un detallado análisis que recopila la relación de los operativos en ese momento examinan los medios comunitarios audiovisuales, y Sánchez & London (2020), que estudian el diario *La Nueva* de la localidad de Bahía Blanca y ponen de relieve la escasa atención que presta a la pobreza endémica de la zona.

Del-Valle et al. (2015) centran su atención en el papel que desempeñan las prácticas de los profesionales del periodismo de Chile para asegurar el pluralismo informativo del país; Zamora (2014), a partir del estudio de *Diario del Callao* de Perú, reflexiona sobre la manera en que los temas locales son abordados; y Hayden (2005) analiza la prensa del Estado de Zulia en Venezuela y subraya las dificultades de los medios de comunicación para adecuarse a las necesidades de las comunidades de la región.

A todos ellos añadimos la aportación de Rodríguez Urra et al. (2023) que plantean un mapa general de los medios de comunicación en Hispanoamérica, en el que se identifican un total de 2.403 iniciativas de las que únicamente el diez por ciento corresponden a nativos digitales, donde la información de proximidad tiene un relevante peso específico y destaca por sus dificultades de financiación económica.

Por su carácter integrador referimos la obra coordinada por Gulyas & Baines (2020) en la que desde distintas perspectivas se estudian, entre otros, los mercados de Australia, Bélgica, Brasil, área del Caribe, Colombia, Estados Unidos, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Reino Unido, Rusia y Suecia. La obra incide en la manera en que sus respectivas industrias de la información afectan no solo a los profesionales sino a las audiencias y al conjunto de sus opiniones públicas. Por otra parte, la realidad específica de Brasil es abordada por Da Silva & Vidigal (2024), quienes se centran en la utilización de las plataformas digitales.

Asimismo, por su capacidad para combinar los escenarios de diversos países de la Unión Europea, resaltamos las aportaciones de López-García et al. (2015), donde se cotejan las realidades de España y Portugal y se concluye que existen pocos medios que aprovechen las posibilidades de la web 2.0 para dinamizar sus comunidades digitales; Rivas-de-Roca et al. (2020), en la que se examinan tanto de modo individual como comparativo distintas iniciativas correspondientes a Alemania, España y Reino Unido, subrayándose la superficialidad y falta de lenguajes digitales que contrastan con la necesidad de buscar nuevas fórmulas que conecten en mayor medida con las audiencias; y Rivas-de-Roca & García Gordillo (2024) que proponen un código de buenas prácticas para el tratamiento informativo de la UE.

### 3.4. Análisis del caso español

Por ser pioneros en la materia, citamos en primer lugar las aportaciones de Macià (1994) quien distingue entre prensa interregional y regional, interprovincial y provincial y comarcal y local, Fontcuberta (1997) al reflexionar sobre la relevancia que adquiere la identidad de esta clase de medios, Cantalapiedra (1997) que alude a la particular idiosincrasia del periodista local González Borjas (2000) que examina su proceso de confrontación dialéctica con los medios de alcance nacional.

Egea (2001) aborda los movimientos de los grupos empresariales a finales de los años noventa y subraya las alianzas que se están produciendo tanto a escala regional como en función de intereses editoriales. La obra coordinada por López-Lita et al. (2002) examina la prensa local a partir de los retos estratégicos planteados por el mercado y propone tanto un análisis comparativo con lo que sucede en otros países del entorno como un examen de determinados proyectos recién surgidos en España.

Ese mismo carácter global preside los trabajos de Segovia (2005) sobre la presencia de capital extranjero en estos medios, López-García & Macià (2007) y López-García (2008) quienes estudian

de manera detallada el fenómeno del periodismo de proximidad, Izquierdo (2010) que proporciona pistas sobre las estrategias corporativas estructuradas en torno a este segmento de mercado y Melián & Campos (2010) sobre el emprendimiento en este específico ámbito de actuación.

Flores (2014) conceptualiza la noción de lo hiperlocal, Pérez-Curiel et al. (2015) reflexionan en torno al uso de las fuentes de la información por parte del periodismo de proximidad y Rodríguez-Reyes et al., (2015) examinan la relación con las fuentes institucionales y gabinetes de comunicación. García-Santamaría (2016) lleva a cabo un pormenorizado estudio sobre el proceso de evolución seguida por los principales grupos multimedia, tanto de alcance nacional como de índole regional, que desarrollan su actividad en el país y traza una completa radiografía de este escenario mediático.

Martínez-Fernández et al. (2017) centran su atención en el debate sobre el posible fin de ciclo de los medios locales impresos, tomando como muestra las cabeceras locales editadas en Galicia por ser la comunidad española con un mayor número de ediciones locales. Negreira, et al. (2020) trazan un mapa de los cibermedios locales e hiperlocales en el que analizan variables como las plataformas, los ciclos de publicación, la titularidad o la lengua utilizada, entre otras. Su recopilación, que permite advertir algunos de los principales rasgos de esta clase de iniciativas e incluye un total de 1.148 cibermedios locales y 62 de naturaleza hiperlocal, profundiza una investigación planteada unos años antes por López-García et al. (2016) en la que también se tenía en cuenta el caso de Portugal.

Dos propuestas focalizada en la innovación tecnológica de la prensa local son las aportada por Santos (2023), quien examina los niveles de utilización de aplicaciones móviles de geolocalización centrándose en los casos de *Información*, *La Crónica de Badajoz*, *La Provincia*, *La Voz de Almería* y *La Voz de Galicia*, y por Martori (2024) en torno a *Semanari de l'Alt Empordà*, *Revista del Baix Empordà*, *El 9 Nou*, *Regió 7*, *Diari de Sabadell*, *Revista Alella*, *Som Garrigues*, *Segre*, *El Vallenç* y *Setmanari L'Ebre*. Por su parte Pérez-Serrano, et al. (2021) subrayan sus dificultades para consolidar la senda de la rentabilidad empresarial.

Una línea particular es la que se refiere a la en su momento conocida como *Cadena de Medios del Movimiento*, constituida en 1940, y el ente sustituto creado en 1977 bajo la denominación *Organismo Autónomo de Medios de Comunicación Social del Estado*, embrión de buena parte de los principales grupos periodísticos españoles especializados en prensa regional tras la subasta pública de los diarios que lo conformaban. Este proceso es examinado, en términos generales, por autores como Sánchez-Rada (1996), Zabildea (1996), De-las-Heras (2000), Fernández-del-Moral (2002), Davara (2005), Laguna & Martínez-Gallego (2013) y García-Santamaría & Pérez-Serrano (2018).

La aplicación concreta de dicha línea de investigación la encontramos en las aportaciones de Pryzbyl (1990), alrededor del fenómeno de la sindicación de contenidos que auspicia la colaboración de medios pertenecientes a un mismo grupo; Reig (1998), referida a la gradual pérdida de peso específico de la empresa familiar y/o el pequeño empresario; Barrera (2005), sobre la compra de cabeceras locales por parte de las cabeceras de alcance nacional; y Quintana & Oliva (2012) focalizados en los efectos en los medios de proximidad de la conclusión de las ayudas del Estado tras la entrada de España en la por entonces denominada Comunidad Económica Europea.

### 3.5. El fenómeno de los desiertos informativos

La noción de desiertos informativos, entendida como un hecho cuyos efectos perniciosos van más allá de la industria de la información e inciden sobre el conjunto de la estructura social de un país, comenzó a ser analizada de forma sistemática en Estados Unidos (Abernathy, 2016), prosiguió en el ámbito europeo con los casos de Portugal, Croacia y Turquía (EFJ, 2023) y en la actualidad es objeto, entre otros, de un estudio de alcance global dentro de la Unión Europea liderado por el *Centre for Media Pluralism and Media Freedom* (CMPF, 2022).

Esta realidad da paso a una creciente bibliografía particularmente perceptible a partir de ese año 2016 anteriormente indicado. A escala internacional, destacamos los trabajos de Miller (2018), referido a Estados Unidos, Napoli et al. (2019), quienes proponen un marco metodológico específico para esta realidad, Abernathy (2020), que amplía sus anteriores análisis, o Ramos (2021), acerca de Portugal. Más recientes son las aportaciones de Barclay et al. (2022), quienes se centran en el Reino Unido, Heese et al. (2022), sobre su impacto social o Madrid, Rodríguez-Amat & Lindner (2023), que aluden al singular caso de África.

Esta adversa coyuntura ha sido pormenorizadamente estudiada por Jerónimo & Sánchez –Esparza (2022), focalizados en cómo la prensa de proximidad trata de mejorar sus niveles de credibilidad y reconocimiento social, Rivas-de-Roca et al. (2022), quienes determinan de qué manera afrontan los efectos anestésicos que la trivialización de contenidos tiene sobre la opinión pública local y Torre & Jerónimo (2023), que se centran en la capacidad para sanear sus deterioradas cuentas de resultados.

En lo que atañe a España la primera aportación de la literatura científica de la que tenemos constancia es la de Negreira et al. (2023), quienes analizan el fenómeno en la totalidad del país y ofrecen como principal conclusión el dato de que existen más de 11,6 millones de personas que viven en municipios sin ningún medio de comunicación que les proporcione información local sobre la zona en la que viven, lo que representa casi un cuarto del total de la población española, identificándose 6.304 municipios que recibirían la categoría de desierto informativo.

No obstante, con anterioridad Galletero (2021) ya había analizado la cuestión referida estrictamente a la comunidad autónoma de Castilla-la Mancha, examinando la evolución de los periódicos, con una fase de auge a la que siguió a partir de 2008 la gradual decadencia, hasta llegar a la actual situación de un único diario impreso de pago en la totalidad de este territorio.

## 4. Discusión y conclusiones

El análisis del fenómeno del periodismo de proximidad, mediante dicha denominación o bajo los términos de prensa local y/o regional, constituye una macrolínea de investigación particularmente fecunda dentro del entorno científico que se centra en el examen de la industria de la información y en los diversos fenómenos de la comunicación que inciden sobre dicho sector y que da lugar a las cuatro líneas de producción científica consideradas en los resultados.

Más allá de la diversidad terminológica, la producción acumulada ha permitido la construcción conceptual de una realidad que se caracteriza por atributos como su devenir en un entorno geográfico

determinado, su compromiso con la comunidad local que se encuentra en dicho territorio, el fomento de la innovación en formatos y rutinas de trabajo como fórmula estratégica para garantizar su pervivencia en el mercado y su apuesta por modelos de negocio variados pero siempre supeditados a la cercanía con unas audiencias en muchas ocasiones necesitadas de orientación en un entorno con un creciente flujo de contenidos falsos y/o inexactos.

Precisamente por dichos atributos, la carencia de esta clase de medios de comunicación, identificada por la literatura científica con el fenómeno de los desiertos informativos, resulta particularmente grave no solo para quienes la padecen de manera directa en sus respectivos territorios, ante el deterioro en el acceso a contenidos informativos plurales y veraces, sino para la totalidad de la sociedad por socavar los propios cimientos de la democracia, uno de cuyos principios fundamentales radica en el derecho a la información y en la subsiguiente libertad de prensa.

La revisión de las diversas propuestas bibliográficas recogidas permite comprender hasta qué punto a lo largo de las tres últimas décadas desde la academia se está prestando particular atención al influjo de internet sobre los medios regionales, concretado en el impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones que de modo adicional conlleva la transición digital, fomentándose la reflexión acerca de realidades que guardan estrecha relación con la estela de la mercantilización o la coexistencia entre lo local y lo global establecidas en nuestra pregunta de investigación número 1.

Asimismo la producción científica recogida responde de manera favorable a nuestra pregunta de investigación número 2, puesto que sienta las bases para una mejor comprensión de la manera en que la disruptión del negocio que se advierte en la industria de la información, considerada en su conjunto, incide sobre la prensa local, afectándola de forma particularmente relevante dada la debilidad financiera y estratégica de buena parte de los proyectos periodísticos que se desarrollan en el entorno de proximidad.

Por el contrario, consideramos que pese al notable esfuerzo epistemológico llevado a cabo por la comunidad investigadora todavía existe una significativa brecha operativa entre la bibliografía científica generada y las auténticas necesidades de la industria de los medios de proximidad, referidas a las empresas periodísticas que apuestan por este segmento, los profesionales de la información que desarrollan su actividad en estas entidades y las audiencias a las que se dirigen este tipo de contenidos, lo que impide proporcionar una respuesta plenamente satisfactoria a la pregunta de investigación número 3. Avanzar en esta línea implica, entre otras facetas, una mayor dedicación por parte de la academia a aportaciones que tengan que ver con la búsqueda de nuevos formatos eficaces para acceder a las nuevas generaciones y con la apuesta por el periodismo colaborativo entre empresas periodísticas regionales considerado como una herramienta estratégica que facilite la generación de economías de escala y de sinergias tecnológicas y que mejore otros aspectos adicionales como los relativos a cobertura en materia legal.

## Semblanza de la autora

**María Rosario Onieva Mallero** es profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, donde imparte las asignaturas “Influencia sociocultural y medioambiental de las TIC” y “Multimedia”. En la actualidad forma parte del proyecto de investigación “Las alianzas mediáticas europeas como motor de la supervivencia del periodismo

frente a la desintermediación y la desinformación (CROSSMEDIA-EU)” financiado por del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España y es miembro del Grupo de Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid (GIAIP-UCM). Ha participado en distintos congresos internacionales y nacionales y es autora de diversos artículos de investigación y de dos manuales docentes dirigidos a los alumnos de periodismo.

## Propuesta de referencias sobre periodismo de proximidad

- Abernathy, P.M. (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* University of North Carolina. Center for Innovation and Sustainability in Local Media. <https://bit.ly/464sKyl>
- Abernathy, P.M. (2016). *The Rise of a New Media Baron and The Emerging Threat of News Deserts*. University of North Carolina. Center for Innovation and Sustainability in Local Media. <https://bit.ly/3WnPhCR>
- Ahva, L., & Wiard, V. (2018). Participation in Local Journalism. Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation. *Sur le journalisme*, 7(2), 64-79. <https://bit.ly/3ZsZgsa>
- Aldridge, M. (2001). The Paradigm Contingent Career? (pp. 89-100). Women in Regional Newspaper Journalism. *Sociological Research Online*, 6(3). <https://doi.org/10.5153/sro.626>
- Althaus, S.L., Cizmar, A.M., & Gimpel, J.G. (2009). Media Supply, Audience Demand, and the Geography of News Consumption in the United States. *Political Communication*, 26(3), 249-277. <https://doi.org/10.1080/10584600903053361>
- Alves, C.F. (2020). *A Imprensa de Proximidade em Portugal: estratégia editorial do papel às redes sociais* [Tesis doctoral, Universidade Nova]. <https://bit.ly/4fLZ1OM>
- Amiel, P., & Powers, M. (2019). A Trojan Horse for marketing? Solutions journalism in the French regional press. *European Journal of Communication*, 34(3), 233-247. <https://doi.org/10.1177/0267323119830054>
- Anderson, C.W. (2013). *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Temple University Press.
- Antunes, M.J., & Salaverría, R. (2018). PodcastSpain: análisis de los podcast de audio más populares en iTunes de España. (pp. 1773-1790). *VI Congreso Internacional de la AE-IC: Comunicación y conocimiento* (Salamanca, 26 a 29 de junio de 2018). <https://bit.ly/3xZonrC>
- Barclay, S., Barnett, S., Moore, M., & Townsend, J. (2022). *Local News Deserts in the UK: What Effect is the Decline in Provision and Information Having on communities?* JRSST Charitable Trust. <https://bit.ly/3ScOAdk>
- Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, Policy and the Local. Can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9(3), 332-349. <https://bit.ly/3BbRfOU>
- Barrera, C. (2005). Los Medios de Comunicación durante los gobiernos de Aznar (1996-2004): Un panorama cambiante. *Sphera Pública*, (5), 165-180 <https://bit.ly/469nae2>
- Berthelsen, R., & Hameleers, M. (2021). Meet Today's Young News Users: An Exploration of How Young News Users Assess Which News Providers Are Worth Their While in Today's High-Choice News Landscape. *Digital Journalism*, 9(5), 619-635. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1858438>
- Boczkowski, P., & De Santos, M. (2007). When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers. *Political Communication*, 24(2), 167-180. <https://doi.org/10.1080/10584600701313025>
- Bowden, V., Nyberg, D., & Wright, C. (2021). "We're Going Under": The Role of Local News Media in Dislocating Climate Change Adaptation. *Environmental Communication*, 15(5), 625-640. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1877762>

- Byerly, K.R. (1961). *Community Journalism*. Chilton.
- Caldevilla, D. (2013). Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (18), 165-176. [https://doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2013.v18.41722](https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2013.v18.41722)
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Minerva Coimbra Edições.
- Cantalapiedra, M.J. (1997). Periodistas locales. *Zer Revista de Estudios de Comunicación*, 2(3), 1-7. <https://bit.ly/4f8uZ7G>
- Carson, A., Muller, D., Martin, J., & Simons, M. (2016). A new symbiosis? Opportunities and challenges to hyperlocal journalism in the digital age. *Media International Australia*, 161(1), 132-146. <https://doi.org/10.1177/1329878X16648390>
- CMPF. (15 de diciembre de 2022). New project to tackle the 'news deserts' across Europe. *Centre for Media Pluralism and Media Freedom*. <https://bit.ly/3LLKghD>
- Cook, C., Geels, K., & Bakker, P. (2016). *Hyperlocal Revenues in the UK and Europe. Mapping the road to sustainability and resilience*. Nesta. <https://bit.ly/4d4aura>
- Correia, J.C., Carvalheiro, J.R., Canavilhas, J.M., Morais, R.J., & Sousa, J.C. (2011). Public journalism and education for the media: suggestions base on a research project into the Portuguese regional press. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 59-75. <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.352>
- Crider, D. (2023). A public sphere, on-demand: an assessment of local podcasting. *Popular Communication*, 21(1), 43-56. <https://doi.org/10.1080/15405702.2022.2028157>
- Da Silva, A.M., & Vidigal, L. (2024). Jornalismo local plataformizado: uma análise dos veículos jornalísticos Voz Bico, Folha do Bico e Tocnotícias. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (66), 33-52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i66.02>
- Davara, F.J. (2005). Los periódicos españoles en el tardo franquismo. Consecuencias de la nueva ley de prensa. *Comunicación y Hombre*, (1), 131-147
- De Haro, M.V., & Salinas, M. (2024). Revisión, propuesta de catálogo y prospectiva de estudio de la prensa murciana. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (64), 26-50. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i64.03>
- De la Mota, I.H. (1988). *Diccionario de la comunicación. Televisión, publicidad, prensa, radio*. Paraninfo.
- De las Heras, C. (2000). *La Prensa del Movimiento y su gestión publicitaria (1936-1984)*. Universidad de Málaga.
- Delgado, A. (2018). La oferta de pódecast de los medios locales como oportunidad para ganar audiencia joven y estrategia de nuevos ingresos. En C. González Oñate & C. Fanjul (eds.), *COMLOC 2018: el negocio publicitario en la sociedad digital* (pp. 73-89). Universitat Jaume I. <http://dx.doi.org/10.6035/Humanitats.2019.59>
- Del Valle, C., Salinas, C., Jara, R., & Stange Marcus, H. (2015). Los desafíos de la integración y el periodismo: la prensa nacional regional en Chile. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (130), 313-328. <https://bit.ly/3xXMmaO>
- De Sola, J., & Segura, A. (2022). Los medios de comunicación autonómicos, del papel al podcast: el caso de Heraldo de Aragón. En J. de Sola, A. Segura, Y. Cabrera, & C. González Oñate (coords.), *Reinventar contenidos en prensa y radio* (pp. 75-90). Fragua.
- EFJ. (2023). *News Deserts Aren't New: The cases of Croatia, Portugal and Turkey*. European Federation of Journalists.
- Egea, C. (2001). La carrera por la comunicación local (1998-2000). Los "grandes" se atreven con lo "pequeño". *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (6), 237-260. <https://bit.ly/3Y0RbL2>
- ERC. (2010). *Imprensa Local e Regional em Portugal*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social. <https://bit.ly/3zSmxt4>

- Esteve, F. (2002). La información local como área de especialización periodística. En R. López Lita, F. López Beltrán & Á. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 483-492). Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Esteve, F., & Fernández del Moral, J. (2007). Áreas de especialización periodística. Fragua.
- Fernández del Moral, J. (2002). La política local como contenido de información periodística especializada. En R. López Lita, F. López Beltrán & Á. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 83-111). Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Firmstone, J. (2016). Mapping Changes in Local News. *Journalism Practice*, 10(7), 928-938. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1165136>
- Flores, J.M. (2014). Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos. *Cuadernos de Periodistas*, (29), 38-54. <https://bit.ly/3xW34Y7>
- Fontcuberta, M. (1997). La identidad regional de los medios. *Cuadernos Info*, (12), 44-50. <https://doi.org/10.7764/cdi.12.207>
- Franklin, B. (ed.). (1998). *Local Journalism and Local Media*. Routledge.
- Galletero, B. (2021). *Ciudades sin periódico. Auge y declive de la prensa provincial de Castilla La Mancha*. Fragua.
- Galletero, B., & Jerónimo, P. (2019). La transición digital de la prensa de proximidad: Estudio comparado de los diarios de España y Portugal. *Estudos en Comunicação*, 28(1), 55-79. <https://doi.org/10.25768/fal.ec.n28.a03>
- García Leiva, M.T. (2015). La Convención de la UNESCO sobre diversidad y las políticas de comunicación y cultura de proximidad. En A. Nerekan, M.Á. Casado, R. Zallo & J.C. Miguel de Bustos (eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación* (pp. 39-52). Universidad del País Vasco. <https://bit.ly/3Z9eD7W>
- García Orosa, B. (2018). Perfil de la audiencia de cibermedios: representación discursiva y praxis del receptor 2.0. *Palabra Clave*, 21(1), 111-133. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2018.21.1.6>
- García Santamaría, J.V. (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. UOC.
- García Santamaría, J.V., & Pérez Serrano, M.J. (2018). El fin de los grandes grupos de comunicación españoles: profundos cambios en la estructura de los media en España (pp. 515-529). *VI Congreso Internacional de la AE-IC: Comunicación y conocimiento* (Salamanca, 26 a 29 de junio de 2018).
- Gaunt, P., & Pritchard, D. (1990). Outside Over National News Agencies? A Study of Preferences in the French Regional Press. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 67(1). <https://doi.org/10.1177/107769909006700127>
- Goggin, G., Martin, F., & Dwyer, T. (2015). Locative News. Mobile media, place informatics, and digital news. *Journalism Studies*, 16(1), 41-59. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890329>
- González Borjas, A. (2000). El fenómeno de la “edincionalización” y la prensa local. (pp. 87-97). Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, 3-4. <https://bit.ly/4eQDjrw>
- Guillamet, J. (2002). Pasado y futuro de la prensa local. En R. López Lita, F. López Beltrán & Á. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 181-196). Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Gulyas, A., & Baines, D. (eds.). (2020). *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. Routledge.
- Gutiérrez García, M., Sellas, A., & Esteban, J.Á. (2019). Periodismo radiofónico en el entorno online: el podcast narrativo. En L.M. Pedrero, & J.M. García Lastra-Núñez (eds.), *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 131-150). Tirant Humanidades.

- Halliday, E., Collins, M., Egan, M., Ponsford, R., Scott, C., & Popay, J. (2020). A 'strategy of resistance'? How can a place-based empowerment programme influence local media portrayals of neighbourhoods and what are the implications for tackling health inequalities? *Health & Place*, (63), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2020.102353>
- Halvorsen, L.J., & Bjerke, P. (2019). All Seats Taken? Hyperlocal Online Media in Strong Print Newspaper Surroundings. *Nordicom Review*, 40(2), 115-128. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.2478/nor-2019-0030>
- Handstein, H. (2010). *Qualität im lokalen Zeitungsjournalismus: Theoretischer Entwurf und empirische Fallstudie*. Akademische Verlagsgemeinschaft München.
- Harte, D. (2013). One Every Two Minutes: Assessing the Scale of Hyperlocal. *JOMEC Journal*, (3), 1-14. <https://doi.org/10.18573/j.2013.10240>
- Hastjarjo, S. (2017). Local Journalism in the New Media Landscape: Opportunities and Challenges. *KnE Social Sciences*, 2(4), 21-27. <https://doi.org/10.18502/kss.v2i4.863>
- Hayden, N.B. (2005). *Función de la prensa en un territorio. Prensa regional en el Estado de Zulia (Venezuela)* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco].
- Hayes, D., & Lawless, J.L. (2021). *News Hole: The Demise of Local Journalism and Political Engagement*. Cambridge University Press.
- Heese, J., Pérez Cavazos, G., & Peter, C.D. (2022). When the local newspaper leaves town: The effects of local newspaper closures on corporate misconduct. *Journal of Financial Economics*, 145(2), 445-463. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.08.015>
- Hess, K., & Bowd, K. (2015). Friend or Foe? Regional Newspapers and the Power of Facebook. *Media International Australia*, 156(1), 19-28. <https://doi.org/10.1177/1329878X1515600104>
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local Journalism in a Digital World*. Springer Publishing.
- Hess, K., & Waller, L. (2016). River Flows and Profit Flows. The powerful logic driving local news. *Journalism Studies*, 17(3), 263-276. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.981099>
- Holubowicz, M. (2012). Be a journalist within the French regional press at the Web age. Example of the *Dauphiné Libéré. ISOJ (International Symposium on Online Journalism)*, *The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism*, 2(1), 65-73. <https://bit.ly/3OwsZdG>
- Horning, M.A. (2012). *In search of hyperlocal news: An examination of the organizational, technological and economic forces that shape 21st Century approaches to independent online journalism* [Tesis doctoral, The Pennsylvania University]. <https://bit.ly/3Ove82Z>
- Hujanen, J., Lehtisaari, K., Lindén, C.G., & Grönlund, M. (2019). Emerging Forms of Hyperlocal Media. *Nordicom Review*, 40(2), 101-114. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.2478/nor-2019-0029>
- Hume, J. (2012). Community Journalism and Community History. En B. Reader y J.A. Hatcher (eds.), *Foundations of Community Journalism* (pp. 65-82). SAGE Publications.
- Ihlebaek, K.A., & Krumsvik, A.H. (2015). Editorial power and public participation in online newspapers. *Journalism*, 16(4), 470-487. <https://doi.org/10.1177/1464884913520200>
- Izquierdo, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Fragua.
- Jenkins, R., & Jerónimo, P. (2021). Changing the Beat? Local Online Newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, and the U.K. *Journalism Practice*, 15(9), 1222-1239. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1913626>
- Jenkins, R., & Nielsen, R.K. (2020a). 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>

- Jenkins, R., & Nielsen, R.K. (2020b). Preservation and evolution: Local newspapers as ambidextrous organizations. *Journalism*, 21(4), 472-488. <https://doi.org/10.1177/1464884919886421>
- Jenkins, R., & Nielsen, R.K. (2018). *The Digital Transition of Local News*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/4idT6Dx>
- Jerónimo, P. (2013). *Ciberjornalismo de proximidade: A construção de notícias online na imprensa regional em Portugal* [Tesis doctoral, Universidade de Porto]. <https://bit.ly/3CLoNEE>
- Jerónimo, P., Correia, J.C., & Gradim, A. (2022). "Are We Close Enough?". (Digital Challenges to Local Journalists. *Journalism Practice*, 16(5), 813-827. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1818607>
- Jerónimo, P., & Sánchez Esparza, M. (2022). Disinformation at a Local Level: An Emerging Discussion. *Publications*, 10(2), 15. <https://doi.org/10.3390/publications10020015>
- Kennedy, B.M. (1974). *Community Journalism: A Way of Life*. Iowa State University Press.
- Kerkhoven, M., & Bakker, P. (2014). The Hyperlocal in Practice. (pp. 296-309). Innovation, Creativity and Diversity. *Digital Journalism*, 2(3). <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2014.900236>
- Laguna, A., & Martínez Gallego, F.A. (2013). De la dictadura al mercado: la transición de los medios de comunicación en España o dónde quedó la responsabilidad social de los medios. *Trípodos*, 32, 171-184. <https://bit.ly/4eQYc5J>
- Lauterer, J. (2006). *Community Journalism: Relentlessly Local*. The University of North Carolina Press.
- Lavrakas, P.J., & Holley, J.K. (1989). Images of daily newspapers in their local markets. *Newspaper Research Journal*, 10(3), 51-56. <https://doi.org/10.1177/073953298901000306>
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O. (2016). Imagining the City. *Journalism Studies*, 19(7), 960-982. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1245111>
- Lewis, S.C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D.L. (2010). Thinking about Citizen Journalism. The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179. <https://doi.org/10.1080/14616700903156919>
- Longden, A. (2017). What lies ahead for regional journalism. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(1), 97-102. [https://doi.org/10.1386/ajms.6.1.97\\_1](https://doi.org/10.1386/ajms.6.1.97_1)
- Loosen, W., & Schmidt, J.H. (2012). (Re)Discovering the Audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media. *Information, Communication & Society*, 15(6), 867-887. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.665467>
- López García, X. (2004). La prensa local en Internet. *Telos*, (59), 1-8. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero059/la-prensa-local-en-internet/>
- López García, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Comunicación Social.
- López García, X., & Macià, J. (2007). *Periodismo de proximidad*. Síntesis.
- López García, X., Negreira, M.C., & Rodríguez Vázquez, A.I. (2016). Cibermedios hiperlocales ibéricos: el nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos.info*, (39), 225-240 <https://doi.org/10.7764/cdi.39.966>
- López García, X., Toural, C., Rodríguez Vázquez, A.I., & Silva, A. (2015). Cibermedios de proximidad en España y Portugal en las redes sociales: vías para estrechar vínculos en comunidades locales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 833-858. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1074>
- López Lita, R., López Beltrán, F., & Durán, Á. (eds.). (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.

- López de Zuazo, A. (1976). *Diccionario del Periodismo*. Pirámide.
- Lowrey, W., Brozana, A., & Mackay, J.B. (2008). Toward a Measure of Community Journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275-299. <https://doi.org/10.1080/15205430701668105>
- Mabileau, A., & Tudesq, A.J. (dirs.). (1980). *L'information locale*. Pédone.
- Macià, J. (1994). *La Comunicación Regional y Local*. Ciencia 3.
- Madrid, D., Rodríguez Amat, J.R., & Lindner, P. (2023). A Computational Mapping of Online News Deserts on African News Websites. *Media and Communication*, 11(3), 1-13. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6857>
- Martin, G.J., & McCrain, J. (2019). Local News and National Politics. *American Politician Science Review*, 113(2), 372-384. <https://doi.org/10.1017/S0003055418000965>
- Martínez Fernández, V.A., Juanatey, Ó., & Castellanos, P. (2017). La edición en papel de la prensa local ante el final de su ciclo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 91-100. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55584>
- Martínez García, L., & Navarro, C. (2019). Características de los periodistas online españoles: consolidación de una profesión en un contexto de crisis económica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1014-1030. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1369>
- Martínez Juan, A. (2003). Los retos del periodismo local en la red: hacia una definición del espacio local en la Era global. *Sala de Prensa*, (59).
- Martínez-Costa, P., Sánchez Serrano, C., Pérez Maíllo, A., & Lus, E. (2021). La oferta de pódcast de la prensa regional en España: estudio de las marcas centenarias de Castilla y León y Navarra. *adComunica*, (21), 211-234. <https://doi.org/10.6035//2174-0992.2021.21.11>
- Martori, A. (2024). Prensa local ante la digitalización: innovación y viabilidad del periodismo de proximidad. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (64), 104-119. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i64.02>
- Mathisen, B.R. (2023). Sourcing Practice in Local Media: Diversity and Media Shadows. *Journalism Practice*, 17(4), 647-663. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1942147>
- McCollough, K., Crowell, J.K., & Napoli, P.M. (2017). Portrait of the Online Local News Audience. *Digital Journalism*, 5(1), 100-118. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1152160>
- McHugh, S. (2012). Oral history and the radio documentary/feature: Introducing the 'COHRD' form. *Radio Journal: International Stories in Broadcast & Audio Media*, 10(1), 35-51. [https://doi.org/10.1386/rjao.10.1.35\\_1](https://doi.org/10.1386/rjao.10.1.35_1)
- McNair, B. (1994). *News and Journalism in the UK*. Routledge.
- Melián, A., & Campos, V. (2010). Emprendurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 100, 43-67. <https://bit.ly/3LnJeYV>
- Miller, J. (2018). News Deserts: No News is Bad News. En W.J. Bratton, S. Eide, S. Goldsmith, M. Hendrix, H. Husock, J. Miller, J., A.M. Renn, & P.D. Salins, *Urban Policy 2018* (pp. 55-76). Manhattan Institute for Policy Research. <https://bit.ly/3xNrt24>
- Möhring, W. (2015). *Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft*. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. <https://bit.ly/3W4HsAU>
- Moragas, M. (1988). *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Edicions 62.
- Napoli, P.M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2019). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a Scalable Assessment Approach. *Journalism Practice*, 13(8), 1024-1028. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1647110>

- Napoli, P.M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities. *Journalism Practice*, 11(4), 373-395. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>
- Negrea, X. (2019). Social Journalism in Online World. Conceptual Delimitations. *Social Sciences and Education Research Review*, 6(1), 227-234. <https://bit.ly/3W4urHj>
- Negreira, M.C., Vázquez Herrero, J., & López García, X. (2023). No People, No News: News Deserts and Areas at Risk in Spain. *Media and Communication*, 11(3), 293-303. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6727>
- Negreira, M.C. López García, X., & Vázquez Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación*, 19(2), 193-214. <http://dx.doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A11>
- Nel, F. & Westlund, O. (2012). The 4C'S of Mobile News. Channels, conversation, content and commerce. *Journalism Practice*, 6(5-6), 744-753. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667278>
- Nielsen, R.K. (ed.). (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. Oxford Institute for the Study of Journalism.
- Pantic, M. (2022). Local Media in a Digital Market: Establishing Niche and Promoting Original Reporting to Ensure Sustainability. *Journalism Practice*, 16(8), 1736-1752. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1874483>
- Parks, J. (2021). *Around the corner, around the world: Reviving local news, globally*. International Press Institute. <https://bit.ly/4g8oIJ8>
- Parratt, S. (2002). La Glocalización de la Comunicación. Ámbitos *Revista Internacional de Comunicación*, 7-8, 151-163. <https://bit.ly/3VeQHyR>
- Peña, S., Lazkano, I., & García González, D. (2016). La transición digital de los diarios europeos: nuevos productos y nuevas audiencias. *Comunicar*, (46), 27-36 <https://doi.org/10.3916/C46-2016-03>
- Pérez Curiel, C., Gutiérrez Rubio, D., Sánchez González, T., & Zurbano, B. (2015). El uso de fuentes periodísticas en las secciones de Política, Economía y Cultura en el periodismo de proximidad español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (21), 101-117. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.50661](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50661)
- Pérez Serrano, M.J., García Santamaría, J.V., & Rodríguez Pallares, M. (2021). La prensa regional en España: análisis y prospectiva económica y editorial. *Historia y Comunicación Social*, 26(1), 181-190. <https://doi.org/10.5209/hics.75707>
- Pickard, V. (2022). Can Journalism Survive in the Age of Platforms Monopolies? Confronting Facebook's Negative Externalities. En T. Flew & F.R. Martin (eds.), *Digital Platform Regulation. Global Perspectives on Internet Governance* (pp. 23-41). Palgrave McMillan. <https://bit.ly/4147S9W>
- Pryzbyl, H. (1990). Evolución y perspectivas de la prensa española. En B. Díaz Nosty (dir.), *Comunicación social 1990* (pp. 101-113). *Tendencias*. Fundesco.
- Quintana, A., & Oliva, C. (2012). Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco. *Miguel Hernández Communication Journal*, (3), 101-120. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v1i3.45>
- Radcliffe, D. (2015). *Where are we now? UK hyperlocal media and community journalism in 2015*. Centre for Community Journalism. <https://bit.ly/3ATjIsV>
- Ramos, G. (2021). Deserto de Notícias: panorama da crise do jornalismo regional em Portugal. *Estudos de Jornalismo*, (13), 30-51. <https://bit.ly/4eQ3631>
- Reader, B. (2012). Community Journalism. A Concept of Connectedness. En B. Reader & J.A. Hatcher (eds.), *Foundations of Community Journalism* (pp. 3-19). Sage.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España*. Paidós Papeles de Comunicación 21.

- Richards, I. (2013). Beyond city limits: Regional journalism and social capital. *Journalism*, 14(5), 627-642. <https://doi.org/10.1177/1464884912453280>
- Rivas-de-Roca, R., & García Gordillo, M. (2024). Propuesta de un código de buenas prácticas para el tratamiento informativo sobre la Unión Europea en medios locales. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (66), 13-32. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i66.01>
- Rivas-de-Roca, R., Morais, R., & Jerónimo, P. (2022). Communication and disinformation in elections: research trends in Spain and Portugal. *Universitas-XXI*, (36), 65-86. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.03>
- Rivas-de-Roca, R., García Gordillo, M., & Caro, F.J. (2020). La construcción del periodismo “localizado” en medios digitales europeos. Estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, (75), 1-26. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414>
- Robinson, S. (2014). Introduction. Community journalism midst media revolution. *Journalism Practice*, 8(2), 113-120. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.859822>
- Rodríguez Reyes, A., Enguix, A., Rojas, J.L., & García Gordillo, M.M. (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*, (21), 85-100. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.50659](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50659)
- Rodríguez Urra, C., Trillo, M. & Herrero, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia. *Revista de Comunicación*, 22(1), 435-452. <https://bit.ly/3CMqvoT>
- Salaverría, R., Martínez-Costa, P., & Breiner, J. (2018). Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1034-1053. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1295>
- Sánchez, M.R., & London, S. (2020). La pobreza y el discurso de los mass media. Un estudio de la prensa local argentina. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (49), 136-157. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.09>
- Sánchez Rada, J. (1996). *Prensa: del Movimiento al Socialismo. 60 años de dirigismo informativo*. Fragua.
- Santos, T. (2023). El uso de la geolocalización en apps de prensa local en España. *Miguel Hernández Communication Journal*, 14(1), 179-200. <https://doi.org/10.21134/mhjournal.v14i.1838>
- Schmitz, A. (2020). Journalists and Their Perceptions of Location: Making Meaning in the Community. *Journalism Studies*, 21(3), 352-369. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1664315>
- Schulz, A. (2021). Local News Unbundled: Where Audience Value Still Lies. En N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andi, C.T. Robertson, & R.K. Nielsen. *Reuters Institute Digital News Report 2021* (pp. 42-47). Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/4gcOV9v>
- Segovia, A.I. (2005). Gigantes globales y grupos regionales en España: una estrategia conjunta. *Sphera Pública*, (5), 41-57. <https://bit.ly/4fNhk5Z>
- Segura, M.S., Linares, A., Espada, A., Longo, V., Hidalgo, A.L., Traversaro, N., & Vinelli, N. (2018). La multiplicación exponencial de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(9), 88-114. <https://doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530>
- Sparks, C. (2002). La influencia de Internet en los medios de comunicación convencionales. En J. Vidal (coord.), *La Ventana Global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático* (pp. 81-98). Taurus.
- Tenor, C. (2019). Logic of an Effectuating Hyperlocal. Entrepreneurial processes and passions of online news start-ups. *Nordicom Review*, 40(52), 129-145. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0031>
- Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). Esfera pública e desinformação em contexto local. *Texto Livre*, (16), 1-14. <https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.41881>

- UNESCO. (2005). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. <https://bit.ly/4fPHkh7>
- Wadbring, I., & Bergström, A. (2017). A Print Crisis or a Local Crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175-190 <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1042988>
- WAN-IFRA. (2022). *Report: The Disrupted Newsroom*. World Association of Newspapers and News Publishers-WAN/IFRA. <https://bit.ly/4i8s5Bv>
- Weber, M. S., & Mathews, N. (2022). 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>
- Welbers, K., Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A Gatekeeper among Gatekeepers. News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 19(3), 315-333. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663>
- Wessels, B., Ekelin, A., Kempe, E., Forsberg, A., Ringfjord, B.M., & Wahlberg, M. (2018). Regional press as 'trust anchor' in global digital communication: the voices of journalism in Southern Sweden. *68th Annual ICA Conference* (Praga, 24 a 28 de mayo de 2018). <https://bit.ly/3Y7e3IW>
- Zabildea, B. (1996). *Prensa del movimiento en España: 1936-1983*. Universidad del País Vasco.
- Zamora, I.A. (2014). *La Prensa regional en la provincia constitucional del Callao: el caso del diario El Callao durante las elecciones municipales y regionales 2006* [Tesis doctoral, Universidad Mayor Nacional de San Marcos]. <https://bit.ly/3VZ4rgo>