

# Implementación de roles profesionales periodísticos en las noticias de medios nativos digitales en España. Hacia una microcultura periodística propia

Performance of journalistic professional roles in digital native media news in Spain: Toward a journalistic micro-culture of its own

María-Luisa Humanes; Gema Alcolea-Díaz; Joaquín López-del-Ramo; Claudia Mellado

**Note:** This article can be read in its English original version on:  
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87098>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

**Humanes, María-Luisa; Alcolea-Díaz, Gema; López-del-Ramo, Joaquín; Mellado, Claudia** (2023). "Performance of journalistic professional roles in digital native media news in Spain: Toward a journalistic micro-culture of its own". *Profesional de la información*, v. 32, n. 2, e320225.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.25>

Artículo recibido el 29-08-2022  
Aceptación definitiva: 07-02-2023



**María-Luisa Humanes** ✉  
<https://orcid.org/0000-0002-6860-4463>  
Universidad Rey Juan Carlos  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Camino del Molino, 5  
28943 Fuenlabrada (Madrid), España  
[marialuisa.humanes@urjc.es](mailto:marialuisa.humanes@urjc.es)



**Gema Alcolea-Díaz**  
<https://orcid.org/0000-0003-2731-9014>  
Universidad Rey Juan Carlos  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Camino del Molino, 5  
28943 Fuenlabrada (Madrid), España  
[gema.alcolea@urjc.es](mailto:gema.alcolea@urjc.es)



**Joaquín López-del-Ramo**  
<https://orcid.org/0000-0001-7977-1980>  
Universidad Rey Juan Carlos  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Camino del Molino, 5  
28943 Fuenlabrada (Madrid), España  
[joaquin.lopezdelramo@urjc.es](mailto:joaquin.lopezdelramo@urjc.es)



**Claudia Mellado**  
<https://orcid.org/0000-0002-9281-1526>  
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso  
Escuela de Periodismo  
Avenida Universidad 330  
Campus Curauma, Valparaíso, Chile  
[claudia.mellado@pucv.cl](mailto:claudia.mellado@pucv.cl)

## Resumen

Partiendo del argumento que sustenta que las plataformas mediáticas generan microculturas periodísticas y que la naturaleza de los roles periodísticos es contextual, se aborda la posible existencia de un modelo periodístico de los medios nativos digitales coherente con una cultura profesional propia. A través de un análisis de contenido de una muestra de 2.729 noticias publicadas en cuatro medios nativos digitales españoles, se mide la presencia de seis roles profesionales (intervencionista, vigilante, leal-facilitador, servicio, info-entretenimiento y cívico), y se compara con la puesta en práctica de estos roles en noticias publicadas en prensa, radio y televisión (N = 3.362). Además, se analizan los factores que influyen la presencia de cada rol en las noticias de los medios nativos digitales seleccionados. Los resultados muestran que los medios nativos digitales se distinguen por poner en práctica en mayor medida que otras plataformas todos los roles periodísticos, excepto el rol cívico. Asimismo, el rol de servicio presenta niveles de presencia similares en los cuatro diarios analizados, indicando un abordaje de las audiencias más como clientes que como ciudadanos. Respecto a los factores asociados a la presencia de cada rol, encontramos que la temática de la noticia tiene una mayor capacidad predictiva en todos los roles que otros elementos. Aunque no podemos confirmar la existencia de una microcultura



periodística propia, sí encontramos algunas particularidades de los medios nativos digitales, derivadas sobre todo de la necesidad de fidelizar a sus audiencias.

### Palabras clave

Roles profesionales; Modelos periodísticos; Cultura profesional; Diarios nativos digitales; Plataformas mediáticas; Ecosistema de medios digitales; Análisis de contenido; España.

### Abstract

On the basis of the argument that media platforms generate journalistic micro-cultures and that the nature of journalistic roles is contextual, the possible existence of a journalistic model of digital native media coherent with its own professional culture is addressed. Through a content analysis of a sample of 2,729 news items published in four Spanish digital native media, the presence of six professional roles (interventionist, watchdog, loyal-facilitator, service, infotainment, and civic) is measured and compared with the implementation of these roles in news items published in press, radio, and television ( $N = 3,362$ ). In addition, the factors that influence the presence of each role in the news of the selected digital native media are analyzed. The results show that digital native media distinguish themselves by putting into practice all the journalistic roles, except for the civic one, to a greater extent than other platforms. Likewise, the service role presents similar levels of presence in the four newspapers analyzed, indicating an approach to audiences more as customers than as citizens. In terms of the factors associated with the presence of each role, we found that the subject matter of the news item has a greater predictive capacity in all roles than other elements. Although we cannot confirm the existence of a journalistic micro-culture, we do find some particularities of the digital native media, mainly stemming from the need to build audience loyalty.

### Keywords

Professional roles; Journalistic models; Professional cultures; Born-digital media; Media platforms; Online media; Cybermedia; Digital media ecosystem; Content analysis; Spain.

#### Financiación

Este artículo es un resultado del proyecto “Modelos de periodismo en el contexto multiplataforma. Estudio de la materialización de los roles periodísticos en los contenidos noticiosos en España”, con referencia CSO2017-82816-P, del Programa estatal de fomento de la investigación científica y técnica de excelencia, Subprograma estatal de generación de conocimiento, Agencia Estatal de Investigación (AEI), Ministerio de Ciencia e Innovación (Micin), España.

## 1. Introducción

Desde la génesis de la prensa digital a mediados de los años 90 hasta la actualidad, lo que nació como una modesta y simplificada réplica del diario impreso en formato digital (el “periódico electrónico”), y carente de una visión estratégica de futuro, se ha transformado de manera absoluta, tanto en su estructura empresarial, organizativa y profesional como en lo que atañe a la producción noticiosa y, evidentemente, en sus contenidos y el alcance de éstos.

La cronología y etapas de evolución de los medios digitales en España ha sido minuciosamente analizada de manera gradual por diferentes trabajos, cuya actualización más reciente y exhaustiva se encuentra en la monografía de **Salaverría** y **Martínez-Costa** (2021). Es precisamente el primero de estos autores (**Salaverría**, 2021) quien ha establecido un mapa cronológico de la evolución del ciberperiodismo, distinguiendo siete etapas, desde la “experimental” de 1995 a la actual, que define como “de robotización”.

A pesar de los condicionantes estructurales muchas veces adversos, el avance del periodismo digital ha sido imparable gracias fundamentalmente a la tecnología, que ha operado como auténtica palanca transformadora del ecosistema mediático. Las herramientas tecnológicas han permitido una espectacular mejora en la gestión, organización estructural, presentación y publicación de los contenidos, especialmente a partir de la implantación de los sistemas CMS. La compatibilidad entre diferentes programas redundó, asimismo, en favor del enriquecimiento formal de los contenidos, especialmente gráficos y audiovisuales, así como en la integración articulada de lenguajes y formatos, lo que hizo posible conformar nuevas tramas narrativas de tipo multimedia y naturaleza interactiva, que son exclusivas de las publicaciones digitales y constituyen un factor motivador de su uso. Junto a ello, hay que destacar la implantación y extensión masiva de la llamada “web social”, a partir de la cual los medios online se abren a la participación colaborativa de la audiencia. Los nuevos formatos demandaron, a su vez, nuevas rutinas productivas. Finalmente, la agregación de todos estos componentes, unidos a otro factor determinante, como es la permanente actualización del contenido, dio lugar a lo que podríamos llamar un modelo o estilo informativo web, que, dentro de las limitaciones y capacidades de cada soporte o canal, se ha implantado y ha impregnado al resto de los medios. En palabras de **Martínez-Acosta**

“los medios digitales emergentes han liderado en muchos casos procesos de innovación tanto productivos como narrativos, los cuales han contribuido a mejorar la calidad de los contenidos” (2019, p. 77).

Los medios nativos digitales son consecuencia de este desarrollo. **Nicholls et al.** (2018) establecen dos fases: una primera en los años 90 con la aparición de portales como *MSN* o *Google News*, y una segunda ola a partir de 2005 con medios que producen su propio contenido, en lugar de depender principalmente de la agregación y la copia electrónica. De hecho, es justo durante la última gran crisis económica cuando los medios nativos digitales comienzan su gran crecimiento (**Negredo et al.**, 2020a). Estos nuevos medios son diferentes de las marcas tradicionales en términos de modelos de negocio, estrategias de distribución, organización corporativa y prioridades editoriales (**Vara**, 2020).

Los diarios nativos digitales en España presentan ciertas particularidades en la materialización de roles profesionales respecto al resto de los medios en otras plataformas

No obstante, la bibliografía sobre cómo las características estructurales de un medio determinan una lógica de producción de contenidos se mueve entre dos perspectivas, la generalista y la particularista (**Reich**, 2011). Para quienes sostienen la hipótesis generalista, los periodistas de todos los medios producen sus noticias de manera bastante similar. Según el campo particularista, en cambio, los reporteros en cada plataforma emplean prácticas particulares según la “lógica del medio”. Esta distinción está directamente relacionada con lo que se ha denominado las *affordances* de las plataformas mediáticas (**Mellado et al.**, 2021). Dentro de esta perspectiva particularista en este trabajo planteamos que pueda existir una microcultura (**Ericson; Baranek; Chan**, 1989) específica de los medios periodísticos nativos digitales (ver, por ejemplo, **Mellado; Scherman**, 2021). Entendiendo que un modelo periodístico pueda estar fragmentado en diversas microculturas, que representan un cierto grado de heterogeneidad. **Martínez-Nicolás** ha señalado diversos factores diferenciadores de las culturas periodísticas:

“la propiedad de las empresas (medios públicos o comerciales), el ámbito de difusión (estatal, regional, transnacional), la orientación editorial (prensa de calidad, prensa sensacionalista), el tipo de medio (prensa, radio, televisión), el modo de difusión (convencional, on line)” (2015, p. 158).

Así, los medios nativos digitales generarían rasgos propios dentro de la cultura periodística en la que se encuentren insertos y con la que comparte rasgos distintivos.

Por otra parte, en la investigación sobre roles profesionales son escasos los estudios que abordan similitudes y diferencias tanto entre periodistas que trabajan en diferentes plataformas (nivel evaluativo de los roles) como entre roles presentes en diferentes tipos de medios (nivel performativo). Y los que sí se han realizado revelan resultados contradictorios, que no permiten desequilibrar la balanza por ninguna de las dos perspectivas.

Partiendo del argumento que sustenta que las plataformas mediáticas podrían generar microculturas periodísticas y de que la naturaleza de los roles profesionales es situacional, histórica y por lo tanto contextual (**Mellado**, 2020), en este trabajo abordamos la posible existencia de un modelo periodístico de los diarios nativos digitales coherente con una microcultura profesional propia, analizando la puesta en práctica de 6 roles profesionales en los contenidos noticiosos de medios nativos digitales y su comparación con otras tres plataformas (prensa, radio y televisión). A través de un análisis de contenido de una muestra de 2.729 noticias publicadas en 4 medios nativos digitales, se mide la presencia de 6 roles profesionales (intervencionista, vigilante, leal-facilitador, servicio, info-entretenimiento y cívico), y se compara con la puesta en práctica de estos roles en noticias publicadas en prensa, radio y televisión (N= 3.362). Además, se analizan qué factores –tema, fuentes informativas, tamaño del medio, orientación política– se asocian a la presencia de cada rol en los medios nativos digitales. El estudio forma parte del proyecto de investigación “Modelos de periodismo en el contexto multiplataforma” (CSO2017-82816-P), que se engloba en el proyecto internacional *Journalistic Role Performance*: <https://www.journalisticperformance.org>

## 2. Digitalización y rutinas periodísticas

La industria de los medios y de la comunicación y, en consecuencia, la profesión periodística, han experimentado una profunda transformación desde el inicio del siglo XXI. **Albarran** (2010) destaca la tecnología como posiblemente la más drástica de las macro fuerzas –globalización, economía, regulación, cambios sociales y tecnología– que convergen de forma interdependiente en este proceso, al ser un catalizador para el cambio.

En este ecosistema surgen los medios digitales, entendidos como

“productos y servicios que provienen de la industria de los medios, el entretenimiento y la información y sus subsectores” (**WEF**, 2016, p. 5),

y en él conviven productos de marcas periodísticas previamente consolidadas fuera del entorno online (*legacy digital publications*) con nuevas publicaciones, etiquetadas en la bibliografía como *digital-born*, *digital-native*, *online-native*, *pure players* o *start-ups* (**Salaverría**, 2020). Estos últimos, inmersos en la cultura digital –que es colaborativa, *data-driven*, *customer-centric* e innovadora (**WEF**, 2021)– disrumpieron la industria de medios, alterando desde los modelos de negocio y formas de producción y distribución hasta los hábitos de consumo, en un camino allanado por las luchas de las plataformas tradicionales en la búsqueda de su lugar en este nuevo entorno (**Harlow**, 2018, pp. 543-544). Los medios tradicionales se han visto obligados

“a buscar nuevas estrategias, formatos y narrativas periodísticas similares a las que están desarrollando los nuevos medios” (Rojas-Torrijos; Caro-González; González-Alba, 2020, p. 160).

A pesar de todo, Majó-Vázquez *et al.* (2020) evidenciaron que los medios tradicionales se consideran las fuentes más autorizadas y retienen gran parte del control del flujo de audiencia, y aunque las audiencias jóvenes confieren poder de intermediación a los medios digitales nativos, éstos todavía están lejos de desplazar a los medios de marca tradicionales.

Al mismo tiempo, la digitalización y la irrupción de los medios digitales —a lo que cabría sumar el cada vez más fuerte papel como *gatekeepers* y proveedores de contenidos de los intermediarios (*social media*, *search engines* y *news aggregators*) (Magin; Stark, 2020)— transforman la profesión periodística y el periodismo, al que se añade un subcampo con la etiqueta digital. Es incontestable el cambio en el perfil profesional y formas de trabajo, hasta el punto de actualizarse la formación de los futuros periodistas con renovados planes de estudios con competencias

“que han incorporado no solo la transformación tecnológica, sino también los cambios socioeconómicos de las sociedades de la tercera década del milenio” (López-García, 2021, p. 2).

Entre las nuevas herramientas y prácticas en el periodismo, Van-der-Haak, Parks y Castells (2012) señalan el *networked journalism*, involucrando ahora el producto de la práctica periodística a redes de varios profesionales y ciudadanos, si bien las prácticas de construcción de sentido generalmente no se distribuyen. Asimismo, la digitalización no acaba con la función de intermediación del periodismo, pese a que ésta se basa en nuevas capacidades inclusivas (Sorrentino, 2016).

El periodismo ha tenido que replantear su relación con el público como clave para su sostenibilidad (Lawrence *et al.*, 2019). La interactividad cambió la relación entre el individuo y los medios, trasladando el énfasis en la persuasión a la construcción de relaciones (Chan-Olmsted, 2006). Hoy la analítica web hace difícil que los periodistas ignoren el *feedback* de su audiencia (Tandoc, 2019) y entre sus habilidades se encuentran comprender las métricas y las audiencias (Anderson; Bell; Shirky, 2012).

Por otro lado, los medios deben adaptarse a las lógicas de los *social media* para mantenerse visibles para la audiencia, pudiendo ser una estrategia para ello la intensificación del recurso a la banalización de las noticias (Magin; Stark, 2020), término bajo el que se sitúan en orden jerárquico los conceptos de *eroding of boundaries*, *tabloidization*, *infotainment*, *hard and soft news*, y el sensacionalismo (Otto; Glogger; Boukes, 2017). No obstante,

“la oferta de periodismo de interés público que atiende las necesidades de los ciudadanos en una sociedad democrática siempre ha sido escasa en el mercado de los medios en comparación con el sensacionalismo, los chismes, el entretenimiento, la propaganda y la desinformación” (Medina-Laverón; Sánchez-Taberner; Breiner, 2021, p. 1).

Algunos estudios revelan que el uso de métricas de audiencia tiene un impacto negativo en la calidad de las noticias (Fürst, 2020; Palau-Sampio, 2015). Y es que la definición de calidad aplicada al producto periodístico —determinada por criterios como relevancia, neutralidad o la imparcialidad, no dependiendo de preferencias de consumo— difiere de la utilizada en el ámbito económico, presentada como capacidad de satisfacer las necesidades del consumidor (Wellbrock, 2016). Al mismo tiempo, los periodistas se enfrentan a la complicada combinación de calidad con la rapidez impuesta por los nuevos medios, existiendo entre los profesionales la sensación de que compaginarlas es una tarea ardua (Ramírez-de-la-Piscina *et al.*, 2015).

Perreault y Ferrucci (2020) sostienen que las prácticas periodísticas digitales ya no son un elemento de adopción individual, sino que se han incrustado organizacionalmente dentro del campo y que los periodistas digitales reflexionan sobre su propia *doxa*. Por ejemplo, abordando las preocupaciones periodísticas tradicionales como la función de vigilancia de los medios y la autonomía periodística. Además, los periodistas que estos autores entrevistaron describen su trabajo orientado a la audiencia en mayor medida que los medios tradicionales.

Todo lo anterior lleva a plantearse la existencia de un cambio en el concepto de periodismo. Al final de la primera década de periodismo online, Deuze (2003) propone identificar el efecto de la práctica online del periodismo sobre la profesión y su cultura. Identificando cuatro tipos de periodismo online y analizándolos en términos de características clave de la publicación online —hipertextualidad, interactividad, multimedialidad— argumenta que la práctica del periodismo online no solo tiene consecuencias para el tipo de periodismo producido en la web, sino que sus características y los periodismos online, de hecho,

“se conectan con cambios y redefiniciones más amplios y profundos del periodismo profesional y su cultura como un todo” (Deuze, 2003, p. 203).

En el mismo sentido, Waisbord (2019) afirma que el periodismo digital presenta oportunidades y amenazas para el periodismo tradicional, obligando a estos últimos a reevaluar sus conexiones con los actores sociales, a adaptarse a las nuevas circunstancias y a revalidar su identidad, cuando las noticias están en todas partes.

El examen de Carlson y Usher de los manifiestos —como discursos metaperiodísticos— de varias *digital news startups* desvela cómo estas, en su visión,

“no alteran los ideales periodísticos subyacentes y de larga data y sus aspiraciones tradicionales” (2016, p. 576).

Otros estudios muestran la coexistencia de principios tradicionales y nuevos en los medios nativos digitales (**García-Orosa; López-García; Vázquez-Herrero, 2020**). En cuanto a la producción y tratamiento de contenidos, por encima del contraste numérico en las plantillas y del posible aprovechamiento de sinergias entre diferentes medios de un mismo grupo de las que se puedan beneficiar los periódicos migrados respecto a los nativos, **López-del-Ramo y Olivera-Zaldua (2013)** no apreciaron diferencias en entre unos y otros en su estudio de 20 medios digitales nativos y migrados.

La presencia del rol de servicio caracteriza a los diarios nativos digitales analizados, al tiempo que ponen en práctica en mayor medida que la prensa, la radio y la televisión todos los roles periodísticos, excepto el cívico

**Benson et al. (2012)** concluyen que las noticias online en general, en los distintos sistemas de medios (aunque algo menos consistentemente en Dinamarca, país estudiado como representante del sistema de medios corporativo), tienden a ser más ligeras y un poco más sensacionalistas, presentan más publicidad, y se abren hacia una mayor deliberación, opinión y más voces no periodísticas. **Brown et al. (2016)**, en tanto, detectan en las publicaciones online que temas noticiosos considerados duros recibieron un tratamiento sensacionalista con la misma frecuencia que las categorías tradicionalmente sensacionalistas.

### 3. Roles profesionales y contenido noticioso

La investigación de los roles profesionales en los últimos años ha desplazado su interés desde el nivel evaluativo de los roles profesionales al nivel performativo (práctica periodística reflejada en los contenidos noticiosos), considerando que en las noticias no sólo se reflejan las funciones o roles percibidos de los periodistas (los roles a nivel evaluativo), sino también las influencias que se derivan de las decisiones que se toman dentro de la redacción, y de las negociaciones con diferentes grupos de referencia (**Mellado, 2015**).

En este trabajo partimos de la conceptualización de **Mellado (2015; 2020)** sobre la performance de los roles profesionales manifestada en 6 dimensiones independientes que se generan a partir de tres dominios:

- la presencia de la voz del periodista en la noticia;
- la relación del periodismo con el poder; y
- la forma en que se aborda a la audiencia (**Donsbach, 2012; Eide; Knight, 1999; Hanitzsch, 2007**).

El primer dominio analiza la postura más activa o pasiva de los periodistas como actores en las noticias. Una actitud pasiva se basa en la neutralidad y la distancia entre el periodista y los hechos, mientras que en el polo intervencionista los profesionales tienen voz en la noticia, llegando incluso a apoyar ciertas ideologías y/o a ciertos grupos sociales.

El segundo dominio hace referencia a dos roles periodísticos a través de los cuales los periodistas y los medios establecen su relación con las élites en una sociedad:

- el rol vigilante busca monitorear a quienes detentan el poder, llamando la atención sobre posibles abusos e irregularidades. Esta dimensión periodística es evidente cuando las noticias incluyen cuestionamientos, críticas o acusaciones contra quienes están en el poder, incluyendo reportajes de investigación, cobertura de investigaciones externas, o mostrando también el conflicto entre el medio y los poderosos;
- el rol leal-facilitador se materializa de dos modos, bien cooperando con quienes están en el poder para proteger el statu quo, bien fomentando el sentido de pertenencia al propio país y fortaleciendo el prestigio nacional y el patriotismo.

Finalmente, en base a diferentes comprensiones de la audiencia –como ciudadanos, espectadores o clientes– se diferencian tres roles:

- el periodismo de servicio se acerca al público como un cliente, brindando información, conocimientos y consejos sobre bienes y servicios, que la audiencia puede aplicar en su vida diaria;
- el periodismo de info-entretenimiento se dirige al público como espectador;
- por último, el rol cívico se basa en ofrecer a la audiencia información y formación sobre demandas, derechos y deberes y demás asuntos vinculados con el ejercicio de la ciudadanía y su participación en la vida social, política y cultural (**Mellado; Van-Dalen, 2017**).

Todos estos roles no son mutuamente excluyentes y pueden presentarse en la misma noticia, de modo que se pueden combinar generando roles intermedios (**Mellado, 2020**). Por ejemplo, dado el carácter transversal del rol intervencionista en la práctica periodística, cabría esperar su correlación con los otros roles periodísticos, generando cambios en los otros roles (**Mellado, 2020**). **Humanes, Alcolea-Díaz y González-Lozano (2021)** encontraron en su estudio de las cadenas de televisión *La sexta* y *Antena 3* la combinación del rol intervencionista con los roles vigilante, cívico y de info-entretenimiento.

La co-ocurrencia de roles también puede existir entre funciones profesionales de diferentes dominios (**Mellado, 2020**). En cuanto al dominio de las relaciones de poder, los roles de vigilante y leal-facilitador pueden coexistir. Por ejemplo, en sistemas de medios caracterizados por un paralelismo político, la orientación del perro guardián podría correlacionarse positivamente con la orientación de apoyo de las élites si una noticia crítica o denuncia las malas acciones de algunos actores mientras apoya a otras élites políticas.

También pueden surgir diferentes co-ocurrencias de roles dentro del dominio relación con la audiencia. La primera es la coexistencia de los roles cívico y de info-entretenimiento, mezclando elementos de la vida pública y características de ciudadanía y entretenimiento. El segundo involucra los roles cívicos y de servicio. Se puede producir una tercera coincidencia entre el servicio y las funciones de info-entretenimiento.

Finalmente, también es posible abordar combinaciones específicas de los roles entre los dominios de relaciones de poder y enfoque de audiencia. El primero involucra los roles cívico y de vigilancia, produciendo una actuación informativa que evoca a una audiencia que critica a los que están en el poder. Una segunda combinación podría ocurrir entre los roles de info-entretenimiento y de perro guardián, con noticias que incluyan la presencia conjunta de vigilancia y escándalo, emocionalización o vida privada de los que están en el poder. En el estudio citado se encontraron estas combinaciones en los informativos de *La sexta* (Humanes; Alcolea-Díaz; González-Lozano, 2021).

Por último, los estudios sobre la performance de los roles profesionales han pretendido ir más allá de la mera descripción y la obtención de tipos, buscando variables explicativas de distinta naturaleza y nivel de análisis. En este trabajo se han seleccionado predictores reunidos en tres bloques.

En primer lugar, las temáticas noticiosas han demostrado ser importantes predictores en la materialización de los roles en diferentes contextos y medios (Mellado; Lagos, 2014; Hellmueller *et al.*, 2016; Mellado *et al.*, 2017; Wang *et al.*, 2017; Humanes; Roses, 2018; Mellado *et al.*, 2017; Márquez-Ramírez *et al.*, 2020; Mellado *et al.*, 2021). Así, el rol vigilante está más presente en las noticias sobre crimen y tribunales, mientras que el rol cívico se pone en práctica principalmente en la cobertura de protestas o derechos humanos, y el rol de servicio se asocia básicamente a la información de salud o educación.

Las fuentes informativas constituyen también uno de los factores de influencia externas que pueden determinar la materialización de los roles en los contenidos noticiosos, puesto que, como hemos indicado, la performance periodística se manifiesta tanto en las decisiones que se toman en la redacción, como en las interacciones con grupos de referencia. La selección de las fuentes informativas está relacionada con la materialización de determinados roles, de modo que podemos encontrar más presencia del rol vigilante, del rol leal-facilitador o del rol cívico en función de las fuentes utilizadas en la producción de la noticia (Hellmueller; Mellado, 2016). Por ejemplo, Tandoc *et al.* (2020) encontraron que número de fuentes se asociaba positivamente con los 6 roles analizados aquí.

En el nivel organizacional, características como el tipo de medio, el tamaño de las organizaciones y la naturaleza de la propiedad también se han identificado como predictores de la performance de los roles (Mellado; Lagos, 2014; Hellmueller *et al.*, 2016; Mellado *et al.*, 2017; Wang *et al.*, 2017; Humanes; Roses, 2018; Mothes; Schielicke; Raemy, 2020). En general, el rol de info-entretenimiento está más presente en los diarios populares, mientras que en los medios públicos se practica en menor medida el rol vigilante. Considerando la ideología, los medios más progresistas tienden a poner en práctica en mayor medida los roles vigilante y cívico.

#### 4. Roles profesionales en el periodismo digital

Tradicionalmente la investigación sobre los roles profesionales se ha centrado en el estudio de un único medio, y son más escasos los trabajos que comparan las similitudes y diferencias entre distintas plataformas informativas –prensa, televisión, radio e internet– (Mellado; Vos, 2017), con resultados no concluyentes.

Así, Cassidy (2005) no detectó diferencias entre los periodistas online y sus colegas de la prensa. Quandt *et al.* (2006) descubrieron que los dos roles más importantes para los periodistas norteamericanos y alemanes eran los relacionados con el periodismo neutral y el intérprete. Willnat, Weaver y Wilhoit detectan que en Estados Unidos los periodistas de cualquier tipo de medio, incluido el online, tienden a valorar más que los ciudadanos la función interpretativa del periodismo, mientras que los ciudadanos valoran más la función diseminadora (2017, p. 433). Fahy y Nisbet (2011) afirmaban respecto a los periodistas científicos en medios online en el ámbito anglosajón que el rol tradicional de difusor de los avances científicos había sido reemplazado por un modelo periodístico más interactivo con el público. Schmitz-Weiss, en su estudio sobre periodistas digitales en Latinoamérica, encontró que el modelo movilizador populista era el más presente, relacionando este modelo sobre todo con los roles de

“dar a la gente la posibilidad de expresarse sobre los asuntos públicos” y “motivar a la gente para que se involucren en las discusiones sobre temas importantes” (Schmitz-Weiss, 2015, p. 90).

Agarwal y Barthel (2015) encontraron en su estudio que los periodistas digitales estaban fuertemente comprometidos con el papel de adversarios del poder, rechazando los roles de divulgador y movilizador populista, lo que para estos autores enfatiza aún más la idea de que en los nuevos medios se están formando normas para los periodistas online. Ferrucci y Vos (2017) en su estudio basado en entrevistas en profundidad encontraron diferencias entre los roles considerados más importantes para los periodistas digitales frente a los periodistas tradicionales. Para los periodistas digitales el rol diseminador carece de importancia, argumentando que ellos debían centrarse en el contexto y el análisis en conexión con las necesidades de la audiencia. Pero no consideraron central el rol vigilante, contrariamente al estudio de Agarwal y Barthel (2015) mencionado anteriormente. Henkel *et al.* (2020), por su parte, encontraron más similitudes que diferencias entre los periodistas online y los tradicionales ya que ambos comparten ampliamente la misma ideología profe-

sional centrada en la noción de objetividad y los periodistas online, particularmente aquellos que trabajan para medios nativos digitales, muestran un interés significativamente menor en el rol crítico de “perro guardián” que sus colegas tradicionales.

Los resultados de Mellado *et al.* (2021) referidos al sistema de medios chileno sugirieron que las diferencias en el contenido de las noticias eran un fenómeno complejo que no podía atribuirse únicamente a las características tecnológicas, sino a la naturaleza de la producción de noticias, donde las rutinas de recopilación de noticias y los factores organizacionales juegan un papel importante. No obstante, se encontraron algunas diferencias en la puesta en práctica de los roles profesionales, pues mientras los medios impresos tradicionales presentaban mayor presencia de los roles leal, cívico, de servicio y de info-entretenimiento, los medios digitales se asociaban con una mayor presencia de los roles diseminador y vigilante (Mellado *et al.*, 2021).

En el caso español no se ha abordado la presencia de roles profesionales en las noticias publicadas en medios nativos digitales.

A partir de la revisión de la bibliografía previa, se plantean las siguientes preguntas formales de investigación:

RQ1: ¿Existen diferencias significativas en la presencia de los roles periodísticos intervencionista, vigilante, leal-facilitador, cívico, de servicio y de info-entretenimiento entre los medios nativos digitales y otras plataformas (prensa, radio y televisión)?

RQ2: ¿Qué roles intermedios están más presentes en medios nativos digitales?

RQ3: ¿Qué factores individuales y organizacionales –temática, fuentes informativas– o características organizacionales –tamaño del medio, orientación política, medio concreto– explican mejor las diferencias en la presencia de roles periodísticos en los medios nativos digitales?

## 5. Metodología

Se ha realizado un análisis de contenido de noticias (N= 2.729) publicadas en cuatro medios nativos digitales durante el año 2020: *El confidencial*, *okdiario*, *eldiario.es* y *Huffpost Spain* (ver tabla 1). Estos cuatro medios fueron seleccionados tanto por su penetración en la audiencia, para lo cual hemos utilizado como fuente el *Digital News Report España 2020* (Negredo-Bruna *et al.*, 2020b). Además, estos medios representan distintas líneas editoriales tal como se recoge en la tabla 1, en la cual cada medio ha sido identificado con la ideología mayoritaria de su audiencia según el *Estudio postelectoral Elecciones Generales 2109 del CIS* (CIS, 2019). Para realizar la comparación con los medios tradicionales se ha utilizado una muestra de 3.362 noticias en ocho medios (*Antena 3*, *La sexta*, *La 1*, *SER*, *Onda cero*, *El país*, *La vanguardia*, *El mundo*), que fueron analizadas siguiendo el mismo protocolo y metodología que el utilizado para analizar las noticias de los medios nativos digitales, lo cual ha garantizado poder realizar los análisis comparados (ver tabla 2 y anexo 2).

Tabla 1. Características de la muestra de contenidos analizados

Diarios	Nº noticias analizadas (%)	Año de creación	Propiedad	línea editorial	Audiencia semanal
<i>El confidencial</i>	743 (12,2)	2001	<i>Titania Compañía Editorial, S.L.</i>	Centro-derecha	6/14
<i>Okdiario</i>	838 (13,8)	2015	<i>Dos Mil Palabras, S.L.</i>	Derecha	6/12
<i>Eldiario.es</i>	511 (8,4)	2012	<i>Diario de Prensa Digital S.L.</i>	Izquierda	7/17
<i>Huffpost Spain</i>	637 (10,5)	2012	<i>Prisa Noticias</i>	Centro-izquierda	3/7

### Muestra

Para evitar sesgos derivados de las variaciones diarias y mensuales, la muestra se seleccionó dividiendo el año en dos períodos de seis meses: enero-junio y julio-diciembre. Para cada período de seis meses se creó una semana construida, seleccionando al azar las fechas de inicio en un lunes de enero y un lunes de julio. Utilizando intervalos de tres a cuatro semanas, la muestra se extrajo de los siguientes días: un martes, un miércoles, un jueves, un viernes, un sábado y un domingo. Este procedimiento permitió incluir siete días en cada semestre para una muestra total de 14 días durante el año (ver anexo 1). Así, se garantizó el análisis de cada uno de los siete días de la semana para cada semestre, y que cada mes del año estuviera representado por al menos un día, evitando la sobrerrepresentación de cualquier período.

En un segundo paso, se “capturaron” las páginas de inicio de los sitios web en dos puntos fijos durante los días muestreados: uno a las 11:00 a. m. y otro a las 11:00 p. m, de tal manera que se recogiera la mayor cantidad de variabilidad de contenido. Las páginas de inicio y sus respectivos enlaces se abrieron en tiempo real y se guardaron.

Finalmente, la unidad de análisis fue cada noticia, definida como el conjunto de elementos verbales y, en su caso, sonoros y/o visuales que se refieren a un mismo hecho/asunto/persona. Se analizaron todas las noticias publicadas sobre los siguientes tópicos definidos con anterioridad: gobierno, política y campañas electorales, economía y negocios, policía y delincuencia, tribunales, defensa/seguridad nacional, educación, salud, medio ambiente, energía, transporte, vivienda, accidentes y desastres naturales, religión e iglesias, trabajo y empleo, manifestaciones y protestas, problemas sociales,

medios de comunicación, deportes, ciencia y tecnología, estilo de vida, cultura y entretenimiento y celebridades y otros. Los temas se definieron en el protocolo de análisis con anterioridad a la codificación, generándose tres variables con 24 categorías, de manera que para cada ítem noticioso se medía la presencia de hasta tres temas. Posteriormente se recodificaron, transformando cada tema en una variable dicotómica (presencia/ausencia). Los editoriales y textos de opinión, así como las noticias del tiempo, horóscopo, suplementos, contenidos patrocinados, cartelera y pasatiempos no se incluyeron en el análisis de contenido.

### Medidas y codificación

Para llevar a cabo la codificación se ha seguido la operacionalización propuesta por Mellado (2015) para medir la presencia de roles profesionales en las noticias, que ha sido validada en estudios subsecuentes (Mellado *et al.*, 2017; Mellado *et al.*, 2021; Humanes; Roses, 2018; Humanes; Alcolea-Díaz; González-Lozano, 2021).

El manual de codificación incluye las definiciones operativas del desempeño de los roles intervencionista, vigilante, leal-facilitador, de servicio, info-entretenimiento y cívico. Se utilizaron cinco indicadores para medir la presencia del rol intervencionista, nueve indicadores midieron el rol vigilante, ocho indicadores midieron el rol leal-facilitador, cinco indicadores midieron el rol de servicio, cinco indicadores midieron el rol de info-entretenimiento y nueve indicadores midieron el rol cívico (ver tabla 2). Cada indicador se midió sobre la base de presencia (1) o ausencia (0). En el caso de algunos indicadores, también codificamos para el actor o acción hacia la cual se dirigía el comentario del periodista o fuente. Transformamos esos indicadores en variables dicotómicas para calcular los roles principales y colocar todas nuestras medidas en la misma escala. Adicionalmente, y con base en la fundamentación teórica de la bibliografía de desempeño de roles (Lynch, 2007; Mellado; Hellmueller; Donsbach, 2017), asumimos que los roles periodísticos podrían coexistir. Por lo tanto, las medidas se trataron como no excluyentes entre sí.

La codificación fue realizada por cuatro codificadores que fueron previamente entrenados. Se realizaron análisis de fiabilidad pretest y se monitoreó el proceso de codificación para mejorar el acuerdo entre codificadores. Finalmente, se realizó una prueba postest para determinar la confiabilidad de los codificadores en el proceso de codificación real. Utilizando el alfa (Ka) de Krippendorff, la fiabilidad intercodificador global final fue de 0,80 (en la tabla 2 se incluye el valor de Ka para cada rol).

Tras realizar análisis CFA, los indicadores individuales que comprenden cada dimensión se combinaron para generar una puntuación de rol final. Para fines descriptivos se calcularon puntajes brutos (puntos totales divididos por el total de ítems para cada rol). Los indicadores individuales que componen cada rol se combinaron así en una escala continua de 0 a 1. Una puntuación más alta expresa una mayor presencia de cada rol periodístico en las noticias, y viceversa. Se usaron puntuaciones factoriales para probar las diferencias en el desempeño de los roles analizados.

Tabla 2. Indicadores de cada rol y nivel de fiabilidad intercodificador

Roles profesionales	Indicador
Rol intervencionista (Ka=0,78)	Punto de vista/opinión del periodista
	Interpretación
	Llamada a la acción
	Uso de adjetivos calificativos
	Uso de la primera persona
Vigilante (Ka=0,79)	Información sobre juicios o procesos administrativos
	Cuestionamiento por parte del periodista
	Cuestionamiento por parte de terceros
	Crítica por parte del periodista
	Crítica por parte de terceros
	Descubrimiento por parte del periodista
	Descubrimiento por parte de terceros
	Reportaje basado en investigaciones externas
	Reportaje de investigación
Rol leal-facilitador (Ka=0,87)	Defensa/apoyo de actividades
	Defensa/apoyo de políticas
	Imagen positiva de las élites
	Progreso/éxitos nacionales
	Comparación con otros países
	Triunfos nacionales
	Promoción del país
	Patriotismo
Rol de servicio (Ka=0,85)	Impacto sobre la vida diaria
	Sugerencias y consejos (quejas)
	Sugerencias y consejos (riesgos individuales)
	Información para los consumidores
	Consejos para los consumidores
Rol de info-entretenimiento (Ka=0,78)	Personalización
	Vida privada
	Sensacionalismo
	Emociones
	Morbo
Rol cívico (Ka=0,75)	Reacciones de los ciudadanos
	Demandas de los ciudadanos
	Credibilidad de los ciudadanos
	Educación sobre derechos y obligaciones
	Impacto local
	Impacto sobre comunidades sociales
	Cuestiones de los ciudadanos
	Información sobre actividades de los ciudadanos
Apoyo a los movimientos sociales	

El análisis de contenido también incluyó variables relacionadas con (1) información general sobre cada noticia, la fecha de publicación, el tipo y la ubicación de la noticia; (2) las características de la noticia, como el tema y el lugar donde se desarrolla; y (3) las fuentes citadas, incluido el número de fuentes, el tipo de fuente, la diversidad del tipo de fuentes y la diversidad de puntos de vista (ver anexo 2).

## 6. Resultados

### Presencia de roles profesionales y de roles intermedios en los nativos digitales

En primer lugar hemos medido la presencia de los 6 roles periodísticos en las 4 plataformas que han formado parte del análisis para detectar si los medios nativos digitales presentan diferencias particulares respecto a los otros tres tipos de medios (prensa, radio y televisión). El análisis Anova ha mostrado diferencias estadísticamente significativas en todos los roles ( $F_{\text{Intervencionismo}} = 145,421$ ;  $p < 0,000$ ;  $F_{\text{Vigilante}} = 48,571$ ;  $p < 0,000$ ;  $F_{\text{Leal-facilitador}} = 22,665$ ;  $p < 0,000$ ;  $F_{\text{Servicio}} = 66,285$ ;  $p < 0,000$ ;  $F_{\text{Info-entretenimiento}} = 10,232$ ;  $p < 0,000$ ;  $F_{\text{Cívico}} = 17,775$ ;  $p < 0,000$ ), aunque el efecto más fuerte se ha detectado en el rol intervencionista ( $\eta^2 = 0,067$ ), siendo moderado para los roles de servicio ( $\eta^2 = 0,032$ ) y vigilante ( $\eta^2 = 0,023$ ), y muy bajo para los roles de info-entretenimiento ( $\eta^2 = 0,005$ ) y cívico ( $\eta^2 = 0,009$ ).

En concreto, los medios nativos digitales ponen en práctica en mayor medida que otros medios todos los roles, excepto el rol cívico. Pero es en la presencia de la voz periodística ( $M = 0,25$ ;  $DT = 0,219$ ), en el rol de servicio ( $M = 0,09$ ;  $DT = 0,171$ ) y en el rol vigilante ( $M = 0,11$ ;  $DT = 0,187$ ) donde las diferencias son mayores (ver figura 1). Respecto al rol intervencionista estos resultados contrastan con los encontrados en los medios online chileno, caracterizados por una orientación más diseminadora, mientras que en ambos contextos los medios digitales sí se distinguen de los medios tradicionales por ser más vigilantes del poder (Mellado et al., 2021).

Cuando se ha analizado la existencia de diferencias en la presencia de los roles entre los diarios nativos digitales seleccionados (ver figura 2), éstas sólo se han encontrado en los roles intervencionista ( $F = 24,236$ ;  $p < 0,000$ ;  $\eta^2 = 0,026$ ), vigilante ( $F = 14,842$ ;  $p < 0,000$ ;  $\eta^2 = 0,016$ ), info-entretenimiento ( $F = 11,268$ ;  $p < 0,000$ ;  $\eta^2 = 0,012$ ) y cívico ( $F = 20,952$ ;  $p < 0,000$ ;  $\eta^2 = 0,023$ ), aunque el efecto es débil o solo moderado. En los roles leal-facilitador y de servicio, no existen diferencias estadísticamente significativas.

Los medios nativos digitales más intervencionistas son *El confidencial* ( $M = 0,283$ ;  $DT = 0,223$ ) y *diario.es* ( $M = 0,301$ ;  $DT = 0,226$ ), que también alcanzan los valores más altos en el rol vigilante ( $M_{\text{elconfidencial}} = 0,108$ ;  $DT = 0,166$ ;  $M_{\text{diario.es}} = 0,144$ ;  $DT = 0,183$ ). *Huffpost* destaca como el diario que incluye más elementos de info-entretenimiento en sus noticias ( $M = 0,146$ ;  $DT = 0,115$ ), mientras que el *diario.es* atiende en mayor medida el rol cívico ( $M = 0,088$ ;  $DT = 0,151$ ).

Los diarios nativos digitales más intervencionistas son *El confidencial* y *diario.es*, que también alcanzan los valores más altos en el rol vigilante. *Huffpost* destaca como el diario que incluye más elementos de info-entretenimiento en sus noticias, mientras que el *diario.es* atiende en mayor medida el rol cívico

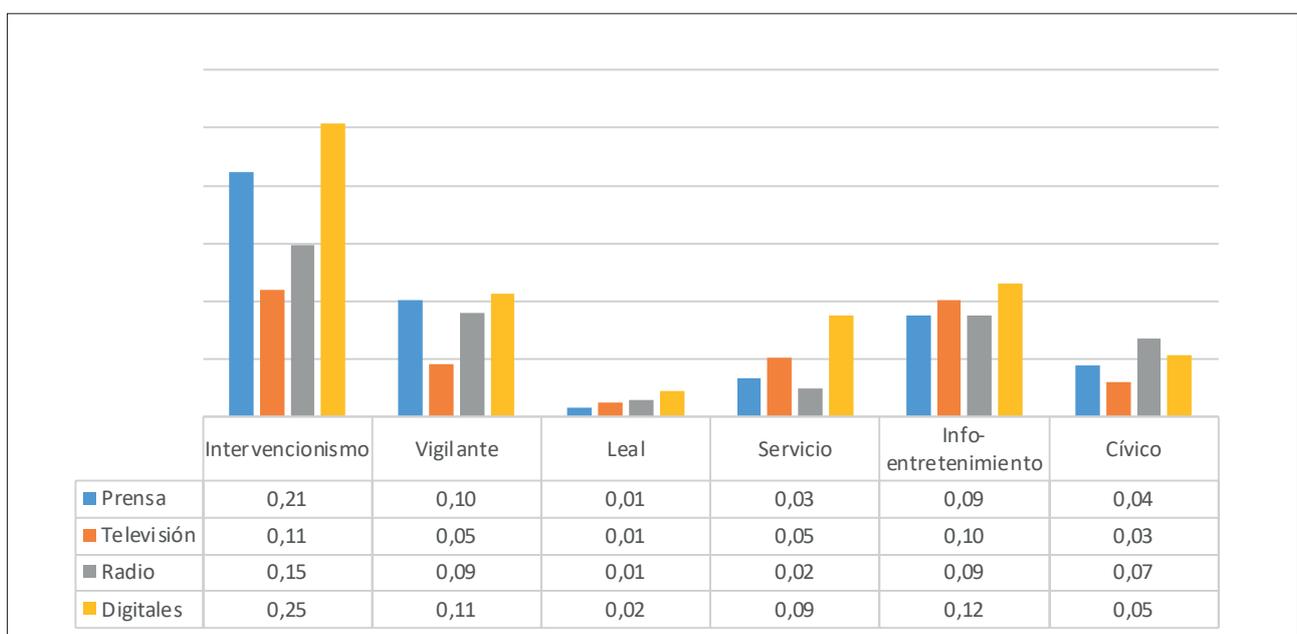


Figura 1. Presencia de los roles en prensa, radio, televisión y medios digitales

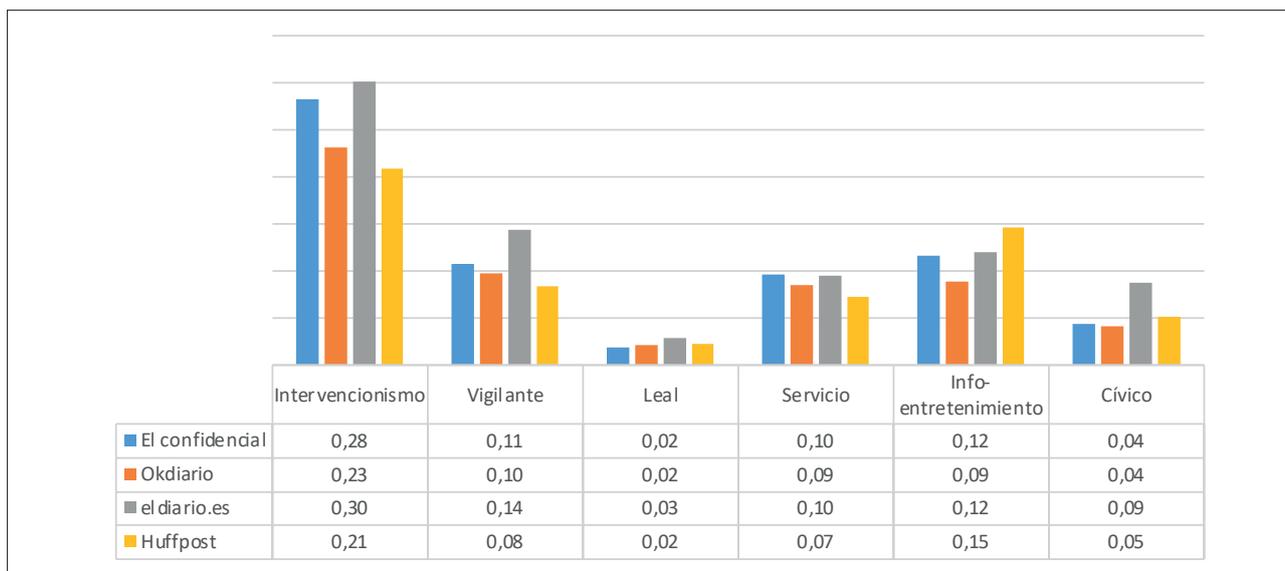


Figura 2. Presencia de los roles periodísticos en las noticias de los medios nativos digitales

Tal como planteamos teóricamente (RQ2), el análisis de correlación ha revelado la existencia de varios roles intermedios, producto de la co-ocurrencia de roles puros. Controlando por la publicación concreta, se han encontrado tres roles intermedios (con coeficientes de correlación superiores a 0,200).

La combinación más fuerte es la que representan el rol intervencionista y el rol de info-entretenimiento ( $r = 0,274$ ;  $p < 0,000$ ), seguida por la co-ocurrencia de los roles intervencionista y vigilante ( $r = 0,227$ ;  $p < 0,000$ ). En ambas la presencia de la voz periodística es mayor que la de los otros roles. La tercera combinación es la de los roles vigilante y cívico ( $r = 0,224$ ;  $p < 0,000$ ), en la que predomina el rol vigilante. Estas dos últimas combinaciones del rol vigilante con el intervencionista y con el cívico son coincidentes con las encontradas en el estudio sobre las cadenas del grupo Atresmedia en España (Humanes; Alcolea-Díaz; González-Lozano, 2021).

### Modelos explicativos de los roles profesionales en los medios nativos digitales

Por último, se aborda qué variables explican mejor la puesta en práctica de cada uno de los seis roles profesionales en los medios nativos digitales analizados. Para ello se han realizado regresiones lineales múltiples para cada rol, generándose 6 modelos, todos ellos estadísticamente significativos ( $p < 0,001$ ). Se ha utilizado el método por pasos sucesivos para introducir las variables predictoras, agrupadas en tres bloques (ver tabla 3). El primero está relacionado con la temática de la noticia y lo componen 22 variables (se ha convertido cada categoría de la variable temática original en indicadores dicotómicos para ser introducidos en el análisis de regresión) a las que se ha añadido un indicador que mide la relación de la temática con la COVID-19. El segundo bloque de variables está relacionado con las fuentes informativas: número de fuentes, la diversidad de fuentes, la diversidad de puntos de vista, el uso de fuentes expertas y el uso testigos. En tercer lugar, se consideraron variables de nivel organizacional: tamaño del medio, orientación política y el diario concreto (ver anexo 2).

El modelo para rol intervencionista explica el 15,9% de la varianza, encontrando coeficientes con capacidad predictiva en los tres bloques de indicadores considerados. Así, los temas más relacionados con las *soft news* (estilo de vida, deportes, entretenimiento y celebridades y cultura) son los que en mayor medida tienen presencia de la voz periodística, pero también, aunque en menor medida, otros contenidos como salud, política, ciencia o medioambiente. En relación con las fuentes informativas, el rol intervencionista se asocia a la presencia de un mayor número de fuentes y al uso de expertos, pero no así a una mayor diversidad de tipos de fuentes distintas. Por último, la presencia de la voz del medio es más probable en el diario *Huffpost* que en el resto, y más en los diarios situados ideológicamente en la izquierda.

La función de vigilancia se ha explicado en un 30%. En este caso, la temática es el mejor predictor de este rol, especialmente asociada a cuestiones políticas y noticias sobre crimen y tribunales, y en menor medida a la información económica y laboral. También es un rol asociado a la información sobre COVID-19. La diversidad de puntos de vista es el predictor con mayor capacidad explicativa del bloque relacionado con las fuentes. Las variables organizacionales no marcan ninguna diferencia.

La performance de los roles propia de los medios nativos digitales se refleja también en los factores que explican mejor la presencia de cada uno de los roles periodísticos, destacando como variables explicativas principales las temáticas seguidas del manejo de fuentes informativas, mientras que las características organizacionales tienen mayoritariamente escasa importancia

El modelo del segundo rol del dominio relaciones con el poder (rol leal-facilitador) explica el 6% de la varianza. Las noticias sobre cultura, política y economía son las que muestran mayor presencia del rol leal. El resto de predictores tienen menor capacidad, pero destacan la falta de diversidad de puntos de vista y la relación con aspectos de la COVID-19.

Tabla 3. Modelos explicativos de la materialización de los roles profesionales

Predictores	Intervencionista	Vigilante	Leal facilitador	Servicio	Info entretenimiento	Cívico
<b>Tema</b>						
Campañas/política	0,051**	0,255***	0,101***	-0,054**	0,117***	0,047**
Policía/crimen		0,178***			0,107***	
Tribunales		0,150***				
Empleo		0,068***		0,044**		0,121***
Economía		0,070***	0,117***	0,144***	-0,057**	
Defensa		0,040*	0,050**			0,051***
Salud	-0,190***				-0,087***	
Ciencia/tecnología	0,067***		0,080***	0,169***		
Religión		0,048			0,061***	0,072***
Educación				0,035*		0,057**
Problemas sociales				0,036*	0,088***	0,180***
Protestas		0,040*				0,173***
Medioambiente	0,036*					0,073***
Energía				0,066***		
Transporte			0,076***	0,087***		
Vivienda				0,074***		0,062***
Accidentes	-0,043*					
Estilo de vida	0,159***	-0,040*		0,400***		
Cultura	0,082***		0,133***	0,061***	0,094***	
Deporte	0,112***		0,087***		0,149***	
Medios		0,032*		0,068***	0,044*	
Entretenimiento/celebridades	0,102***		0,086***		0,326***	-0,041*
Noticias COVID	0,045*	0,071***	0,089***	0,103***		0,112***
<b>Fuentes informativas</b>						
Nº de fuentes	0,222***	0,075***				0,200***
Diversidad de fuentes	-0,090**					0,162***
Diversidad de puntos de vista		0,236***	-0,097**			-0,103***
Uso fuentes expertas	0,095***	0,082	0,080***	0,117***		-0,038*
Uso testigos					0,080***	0,102***
<b>Características organizacionales</b>						
Tamaño del medio					-0,052**	
Orientación política	-0,066**		-0,051*			-0,047*
Huffpost	-0,143***					
R2 corregida	0,159	0,300	0,061	0,274	0,204	0,250

El modelo para el rol de servicio explica el 27,4% de la varianza, estando asociado principalmente a tres temáticas: estilo de vida, ciencia y tecnología y economía. Además, es uno de los roles más activado en relación con la pandemia COVID-19. Se asocia también al uso de expertos como fuente informativa.

El modelo del rol de info-entretenimiento explica 20,4% de la varianza. Cuatro temáticas tienen la mayor capacidad explicativa: entretenimiento y celebridades, deportes, política y crimen. En relación con los otros dos bloques de variables se asocia básicamente al uso de testigos como fuente y está más presente en las publicaciones de izquierdas.

Por último, el modelo para el rol cívico explica el 25% de la varianza. Los temas y los indicadores relacionados con las fuentes informativas destacan como predictores. Así, las noticias sobre problemas sociales, protestas y empleo se abor-

dan en mayor medida desde el periodismo cívico. También este rol es el que en mayor medida se activa en relación con la COVID-19. Todas las variables del bloque fuentes informativas explican la presencia de este rol, siendo el número de fuentes, su diversidad y la falta de puntos de vista distintos y el uso de testigos las más importantes.

## 7. Discusión y conclusiones

El objetivo principal de este trabajo fue conocer si los diarios nativos digitales en España han generado una microcultura propia que se concreta en la puesta en práctica de roles profesionales en las noticias de forma distinta al resto de las plataformas informativas, en consonancia con la perspectiva particularista.

Los datos han revelado —respondiendo a la RQ1— diferencias estadísticamente significativas en la presencia de los 6 roles entre las 4 plataformas. Además, se han encontrado mayores niveles de varianza explicada (eta cuadrado-correcta) para la variable tipo de medio en todos los roles que para el medio concreto (ver tabla 4), salvo en el caso de la prensa y para los roles de info-entretenimiento y cívico en los medios nativos digitales. Es decir, cuando se compara la presencia de cada rol entre los medios de una misma plataforma las diferencias son menores que cuando se compara la diferente presencia de cada rol entre plataformas, con las excepciones reseñadas. De esta forma, no podemos hablar de una microcultura propiamente tal, pero sí encontramos algunas particularidades de los medios nativos digitales.

Tabla 4. Varianza explicada entre medios y entre plataformas (eta cuadrado-correcta)

Roles	Prensa	Televisión	Radio	Nativos digitales	Plataformas
Intervencionista	0,137	0,005	0,000	0,026	0,067
Vigilante	0,117	0,001	0,003	0,016	0,023
Leal-facilitador	0,005	0,008	0,004	0,002	0,011
Servicio	0,120	0,003	0,004	0,003	0,032
Info-entretenimiento	0,130	0,006	0,001	0,012	0,005
Cívico	0,005	0,040	0,007	0,023	0,009

Así, se puede concluir en primer lugar que estos medios se distinguen por poner en práctica en mayor medida que los medios en las otras plataformas todos los roles periodísticos, excepto el rol cívico. Pero es la presencia del rol de servicio, que presenta niveles de presencia similares en los cuatro diarios analizados, lo que caracteriza a estos medios. Ello nos indicaría que una de las formas de captar y fidelizar audiencia en estas publicaciones se centraría en ofrecer a los lectores información útil, en el sentido “*news-you-can-use*” de **Underwood** (2001, p. 100), que intenta responder a las necesidades individuales, sobre todo a aquellas que tienen que ver con consejos de consumo. Como se ha observado con el análisis de regresión, las noticias sobre estilo de vida son las que en mayor medida se asocian a este rol.

Como se ha reseñado, uno de los condicionantes de los medios digitales son las métricas de las audiencias, y este estudio corroboraría su reflejo en las funciones que los diarios nativos digitales cumplen en mayor medida, entendiendo que sus audiencias son especialmente clientes (rol de servicio) y espectadores (rol de info-entretenimiento).

Por otro lado, las diferencias mayores entre diarios nativos digitales se encuentran en los roles intervencionista, cívico y vigilante, lo cual conduce a concluir que aún estos roles se activan por otras variables y no se relacionan tanto con un modelo periodístico propio de los diarios nativos digitales. Así, los roles más propiamente democráticos (**Hallin; Mellado, 2018**) no generan tanto consenso como aquellos que ven a la audiencia como cliente o espectador.

Se han detectado roles intermedios (RQ2) en los diarios nativos digitales presentes en los cuatro medios:

- un rol de guardián adversario (resultado de la concurrencia de los roles intervencionista y vigilante);
- un rol de defensor cívico (resultado de la concurrencia de los roles vigilante y cívico); y
- un rol de animador-intérprete (resultado de la co-ocurrencia de los roles intervencionista y de info-entretenimiento).

La presencia de la voz periodística forma parte de las dos asociaciones más fuertes, lo que podría reflejar la naturaleza central de esta función en este tipo de publicaciones.

Por último, también se quería analizar qué factores explican mejor la presencia de cada uno de los roles en los diarios nativos digitales de la muestra (RQ3). Una primera conclusión tiene que ver con la capacidad explicativa de las temáticas, que son las variables con mayor capacidad predictiva en todos los roles. Ello corrobora resultados en otros estudios que han puesto de manifiesto la capacidad de los temas noticiosos para explicar la presencia de los roles profesionales (por ejemplo, **Mellado et al., 2021**). El segundo elemento que predice la presencia de los roles está en relación con el manejo de fuentes informativas y concretamente con el número de fuentes y su diversidad. Por último, también cabe destacar la escasa importancia de las características organizacionales, y particularmente el medio concreto, que sólo es relevante en el rol intervencionista. Ello de nuevo refuerza la idea de una performance de los roles propia de los medios nativos digitales.

Este trabajo contribuye a aumentar el conocimiento sobre las funciones que cumplen los medios nativos digitales en España. Dada la escasez de estudios centrados en la materialización de los roles periodísticos en los contenidos no-

ticiosos en esta plataforma mediática, por primera vez se han obtenido datos que dan luz sobre el modelo periodístico de los medios nativos digitales, que, si bien mantiene coincidencias con los medios tradicionales, también posee algunas características propias como mayor presencia del rol de servicio y mayor presencia de la voz periodística. Por lo tanto, en el caso de los medios nativos digitales analizados no se cumple la tesis particularista. Estudios futuros deberán abordar cuestiones no acometidas hasta ahora para atender la necesidad de una comprensión holística de los roles periodísticos que incluya el punto de vista de las audiencias de los medios nativos digitales: qué esperan idealmente las audiencias respecto a los roles que deberían cumplir, o cómo perciben qué cumplen en la práctica los medios y los periodistas sus funciones.

La voz del periodista forma parte de los roles intermedios más fuertes detectados en los diarios nativos digitales (en los de guardián adversario y de animador-intérprete), lo que podría reflejar la naturaleza central de esta función intervencionista en este tipo de medios

## 8. Referencias

- Agarwal, Sheetal; Barthel, Michael L.** (2015). "The friendly barbarians: professional norms and work routines of online journalists in the United States". *Journalism*, v. 16, n. 3, pp. 376-391.  
<https://doi.org/10.1177/1464884913511565>
- Albarran, Alan B.** (2010). *The transformation of the media and communication industries*. Pamplona: Eunsa. ISBN: 978 84 8081 999 2
- Anderson, Christopher-William; Bell, Emily J.; Shirky, Clay** (2012). "Post-industrial journalism: adapting to the present". *Columbia journalism school*. Tow Center for Digital Journalism.  
<https://doi.org/10.7916/D8N01JS7>
- Benson, Rodney; Blach-Ørsten, Mark; Powers, Matthew; Willing, Ida; Vera-Zambrano, Sara** (2012). "Media systems online and off: comparing the form of news in the United States, Denmark, and France". *Journal of communication*, v. 62, n. 1, pp. 21-38.  
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01625.x>
- Brown, Danielle; Harlow, Summer; García-Perdomo, Víctor; Salaverría, Ramón** (2016). "A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications". *Journalism*, v. 19, n. 11, pp. 1497-1516.  
<https://doi.org/10.1177/1464884916683549>
- Carlson, Matt; Usher, Nikki** (2016). "News startups as agents of innovation: for-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse". *Digital journalism*, v. 4, n. 5, pp. 563-581.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1076344>
- Cassidy, William P.** (2005). "Variations on a theme: the professional role conceptions of print and online newspaper journalists". *Journalism & mass communication quarterly*, v. 82, n. 2, pp. 264-280.  
<https://doi.org/10.1177/107769900508200203>
- Chan-Olmsted, Sylvia** (2006). *Competitive strategy for media firms. Strategic and brand management in changing media markets*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. ISBN: 978 0 805862119
- CIS** (2019). *Barómetro de diciembre 2019. Postelectorales elecciones generales 2019*. Centro de Investigaciones Sociológicas.  
[https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3260\\_3279/3269/es3269mar.pdf](https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3260_3279/3269/es3269mar.pdf)
- Deuze, Mark** (2003). "The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online". *New media & society*, v. 5, n. 2, pp. 203-230.  
<https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- Donsbach, Wolfgang** (2012). "Journalists' role perception." In: Donsbach, Wolfgang. *The international encyclopedia of communication*. London: Blackwell.  
<https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecj010.pub2>
- Eide, Martin; Knight, Graham** (1999). "Public/private service: service journalism and the problems of everyday life". *European journal of communication*, v. 14, n. 4, pp. 525-547.  
<https://doi.org/10.1177/0267323199014004004>
- Ericson, Richard; Baranek, Patricia; Chan, Janet** (1989). *Negotiating control. A study of news sources*. Toronto: University of Toronto Press. ISBN: 978 0 802066916
- Fahy, Declan; Nisbet, Matthew C.** (2011). "The science journalist online: shifting roles and emerging practices". *Journalism*, v. 12, n. 7, pp. 778-793.  
<https://doi.org/10.1177/1464884911412697>

- Ferrucci, Patrick; Vos, Tim** (2017). "Who's in, who's out? Constructing the identity of digital journalists". *Digital journalism*, v. 5, n. 7, pp. 868-883.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1208054>
- Fürst, Silke** (2020). "In the service of good journalism and audience interests? How audience metrics affect news quality". *Media and communication*, v. 8, n. 3, pp. 270-280.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3228>
- García-Orosa, Berta; López-García, Xosé; Vázquez-Herrero, Jorge** (2020). "Journalism in digital native media: beyond technological determinism". *Media and communication*, v. 8, n. 2, pp. 5-15.  
<http://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2702>
- Hallin, Daniel; Mellado, Claudia** (2018). "Serving consumers, citizens or elites: democratic roles of journalism in Chilean newspapers and television news". *The international journal of press/politics*, v. 23, n. 1, pp. 24-43.  
<https://doi.org/10.1177/1940161217736888>
- Hanitzsch, Thomas** (2007). "Deconstructing journalism culture: toward a universal theory". *Communication theory*, v. 17, n. 4, pp. 367-385.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Harlow, Summer** (2018). "Quality, innovation, and financial sustainability. Central American entrepreneurial journalism through the lens of its audience". *Journalism practice*, v. 12, n. 5, pp. 543-564.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1330663>
- Hellmueller, Lea; Mellado, Claudia** (2016). "Watchdogs in Chile and the United States: comparing the networks of sources and journalistic role performances". *International journal of communication*, n. 10, pp. 3261-3280.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5181>
- Hellmueller, Lea; Mellado, Claudia; Blumell, Lindsey; Huemmer, Jennifer** (2016). "The contextualization of the watchdog and civic journalistic roles: reevaluating journalistic role performance in US newspapers". *Palabra clave*, v. 19, n. 4, pp. 1072-1100.  
<https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.4.6>
- Henkel, Imke; Thurman, Neil; Möller, Judith; Trilling, Damian** (2020). "Do online, offline, and multiplatform journalists differ in their professional principles and practices? Findings from a multinational study". *Journalism studies*, v. 21, n. 10, pp. 1363-1383.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1749111>
- Humanes, María-Luisa; Alcolea-Díaz, Gema; González-Lozano, Manuel** (2021). "Materialización de los modelos de periodismo en los informativos de televisión del Grupo Atresmedia: Antena 3 y La Sexta". *Profesional de la información*, v. 30, n. 5, e300514.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.14>
- Humanes, María-Luisa; Roses, Sergio** (2018). "Journalistic role performance in the Spanish national press". *International journal of communication*, n. 12, pp. 1032-1053.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8109/2282>
- Lawrence, Regina G.; Gordon, Eric; DeVigal, Andreu; Mellor, Caroline; Elbaz, Jonathan** (2019). *Building engagement: Supporting the practice of relational journalism*. Agora Journalism Center at the University of Oregon.  
<https://agorajournalism.center/wp-content/uploads/2019/04/201904-Agora-Report-Building-Engagement.pdf>
- López-del-Ramo, Joaquín; Olivera-Zaldua, María** (2013). "La nueva ecología de la información y la documentación en la sociedad del conocimiento: rutinas de elaboración y gestión de contenidos en los diarios digitales españoles". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 19, n. 1, pp. 471-486.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.n1.42533](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42533)
- López-García, Xosé** (2021). "Redefinición de metacompetencias, competencias y habilidades de los periodistas digitales". *Anuario thinkEPI*, v. 16, e16a03.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a03>
- Lynch, Karen-Danna** (2007). "Modeling role enactment: linking role theory and social cognition". *Journal for the theory of social behaviour*, v. 37, n. 4, pp. 379-399.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.2007.00349.x>
- Magin, Melanie; Stark, Birgit** (2020). "More relevant today than ever: past, present and future of media performance research". *Media and communication*, v. 8, n. 3, pp. 239-243.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3536>

- Majó-Vázquez, Sílvia; Cardenal, Ana S.; Sagarra, Oleguer; Colomer-De-Simón, Pol** (2020). "Media roles in the online news domain: authorities and emergent audience brokers". *Media and communication*, v. 8, n. 2, pp. 98-111.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2741>
- Márquez-Ramírez, Mireya; Mellado, Claudia; Humanes, María-Luisa; Amado, Adriana; Beck, Daniel; Davydov, Sergey; Mick, Jacques; Mothes, Cornelia; Olivera, Dasniel; Panagiotu, Nikos; Roses, Sergio; Silke, Henry; Sparks, Colin; Stępińska, Agnieszka; Szabó, Gabriella; Tandoc, Edson; Wang, Haiyan** (2020). "Detached or interventionist? Comparing the performance of watchdog journalism in transitional, advanced and non-democratic countries". *The international journal of press/politics*, v. 25, n.1, pp. 53-75.  
<https://doi.org/10.1177/1940161219872155>
- Martínez-Acosta, María del Pilar** (2019). "El mercado de los medios digitales en España". *Cuadernos de periodistas*, n. 37, pp. 77-84.  
[https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2019/04/77\\_84-Pilar-Martinez.pdf](https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2019/04/77_84-Pilar-Martinez.pdf)
- Martínez-Nicolás, Manuel** (2015). "Investigar las culturas periodísticas. Propuesta teórica y aplicación al estudio del periodismo político en España". *Revista internacional de comunicación y desarrollo*, v. 1, n. 1, pp. 151-162.  
<https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/article/view/2177>
- Medina-Laverón, Mercedes; Sánchez-Tabernero, Alfonso; Breiner, James** (2021). "Some viable models for digital public-interest journalism". *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300118.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.18>
- Mellado, Claudia** (2015). "Professional roles in news content: six dimensions of journalistic role performance". *Journalism studies*, v. 16, n. 4, pp. 596-614.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.922276>
- Mellado, Claudia** (2020). "Theorizing journalistic roles". In: Mellado, Claudia. *Beyond journalistic norms: role performance and news in comparative perspective*. London: Routledge, pp. 22-45. ISBN: 978 1 138 38849 9
- Mellado, Claudia; Hellmueller, Lea; Donsbach, Wolfgang** (eds.) (2017). *Journalistic role performance: concepts, contexts, and methods*. London: Routledge. ISBN: 978 0 367869991
- Mellado, Claudia; Humanes, María-Luisa; Scherman, Andrés; Ovando, Auska** (2021). "Do digital platforms really make a difference in content? Mapping journalistic role performance in Chilean print and online news". *Journalism*, v. 22, n. 2, pp. 358-377.  
<https://doi.org/10.1177/1464884918792386>
- Mellado, Claudia; Lagos, Claudia** (2014). "Professional roles in news content: analyzing journalistic performance in the Chilean national press". *International journal of communication*, v. 8, pp. 2090-2112.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2651>
- Mellado, Claudia; Márquez-Ramírez, Mireya; Mick, Jacques; Oller-Alonso, Martín; Olivera, Dasniel** (2017). "Journalistic performance in Latin America: a comparative study of professional roles in news content". *Journalism*, v. 18, n. 9, pp. 1087-1106.  
<https://doi.org/10.1177/1464884916657509>
- Mellado, Claudia; Scherman, Andrés** (2021). "Mapping source diversity across Chilean news platforms and mediums". *Journalism practice*, n. 15, v. 7, pp. 974-993.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759125>
- Mellado, Claudia; Van-Dalen, Arjen** (2017). "Changing times, changing journalism: a content analysis of journalistic role performances in a transitional democracy". *The international journal of press/politics*, v. 22, n. 2, pp. 244-263.  
<https://doi.org/10.1177/1940161217693395>
- Mellado, Claudia; Vos, Tim** (2017). "Conceptualizing journalistic role performance across platforms". In: Mellado, Claudia; Hellmueller, Lea; Donsbach, Wolfgang (eds.). *Journalistic role performance: concepts, contexts and methods*. New York: Routledge, pp. 106-24. ISBN: 978 1 138 78301 0
- Mothes, Cornelia; Schielicke, Anna-Maria; Raemy, Patric** (2020). "Journalistic role performance: an organizational-level approach". In: Mellado, Claudia. *Beyond journalistic norms. Role performance and the news in comparative perspective*. London: Routledge, pp. 186-204. ISBN: 978 1 138 38849 9
- Negredo-Bruna, Samuel; Amoedo-Casais, Avelino; Vara-Miguel, Alfonso; Moreno-Moreno, Elsa; Kaufmann-Argueta, Jürg** (2020b). *Digital news report España 2020*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.  
<https://doi.org/10.15581/019.002>
- Negredo-Bruna, Samuel; Martínez-Costa, María-del-Pilar; Breiner, James; Salaverría, Ramón** (2020a). "Journalism expands in spite of the crisis: digital-native news media in Spain". *Media and communication*, v. 8, n. 2, pp. 73-85.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2738>

- Nicholls, Tom; Shabbir, Nabeelah; Graves, Lucas; Nielsen, Ramus-Kleis** (2018). *Coming of age: developments in digital-born news media in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-12/Nicholls\\_Developments\\_of\\_Digital\\_News\\_Media\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-12/Nicholls_Developments_of_Digital_News_Media_FINAL_0.pdf)
- Otto, Lukas; Glogger, Isabella; Boukes, Mark** (2017). "The softening of journalistic political communication: a comprehensive framework model of sensationalism, soft news, infotainment, and tabloidization". *Communication theory*, v. 27, n. 2, pp. 136-155.  
<https://doi.org/10.1111/comt.12102>
- Palau-Sampio, Dolors** (2015). "Metamorfosis de la prensa de referencia en el contexto digital: *clickbait* y estrategias de tabloide en *Elpais.com*". *Communication & society*, v. 29, n. 2, pp. 63-80.  
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/41898/1/04.pdf>
- Perreault, Gregory; Ferrucci, Patrick** (2020). "What is digital journalism? Defining the practice and role of the digital journalist". *Digital journalism*, v. 8, n. 10, pp. 1298-1316.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1848442>
- Quandt, Thorsten; Löffelholz, Martin; Weaver, David H.; Hanitzsch, Thomas; Altmeppen, Klaus-Dieter** (2006). "American and German online journalists at the beginning of the 21st century: a binational survey". *Journalism studies*, v. 7, n. 2, pp. 171-186.  
<https://doi.org/10.1080/14616700500533486>
- Ramírez-de-la-Piscina, Txema; Zabalondo, Beatriz; Aiestaran, Alazne; Agirre, Antxoka** (2016). "The future of journalism - Who to believe? Different perceptions among European professionals and internet users". *Journalism practice*, n. 10, v. 1, pp. 71-92.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1006932>
- Reich, Zvi** (2011). "Comparing reporters' work across print, radio, and online: converged origination, diverged packaging". *Journalism & mass communication quarterly*, v. 88, pp. 285-300.  
<https://doi.org/10.1177/107769901108800204>
- Rojas-Torrijos, José-Luis; Caro-González, Francisco-Javier; González-Alba, José-Antonio** (2020). "The emergence of native podcasts in journalism: editorial strategies and business opportunities in Latin America". *Media and communication*, v. 8, n. 2, pp. 159-170.  
<http://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2699>
- Salaverría, Ramón** (2020). "Exploring digital native news media". *Media and communication*, v. 8, n. 2.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3044>
- Salaverría, Ramón** (2021). "Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España". In: Salaverría, Ramón; Martínez-Costa, María-del-Pilar (coords.). *Medios nativos digitales en España*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978 84 17600 60 0
- Salaverría, Ramón; Martínez-Costa, María-del-Pilar** (coords.) (2021). *Medios nativos digitales en España*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978 84 17600 60 0
- Schmitz-Weiss, Amy** (2015). "The digital and social media journalist: a comparative analysis of journalists in Argentina, Brazil, Colombia, Mexico, and Peru". *International communication gazette*, v. 77, n. 1, pp. 74-101.  
<https://doi.org/10.1177/1748048514556985>
- Sorrentino, Carlo** (2016). "La doppia coesistenza". In: Sorrentino, Carlo (a cura di). *L'integrazione delle notizie. Come le testate giornalistiche televisive italiane si preparano alla sfida del digitale*. Milan: Focus in Media, Fondazione per la Sussidiarietà, pp. 182-187. ISBN: 978 88 97793 18 2  
<https://flore.unifi.it/retrieve/handle/2158/1046109/141184/rapporto%20integrazione%20notizie.pdf>
- Tandoc, Edson C.** (2019). *Analyzing analytics disrupting journalism one click at a time*. New York: Routledge. ISBN: 978 1 138496521
- Tandoc, Edson; Raemy, Patric; Pasti, Svetlana; Panagiotou, Nikos** (2020). "Journalistic role performance: a news-story-level approach". In: Mellado, Claudia. *Beyond journalistic norms: role performance and news in comparative perspective*. London: Routledge, pp. 167-185. ISBN: 978 1 138 38849 9
- Underwood, Doug** (2001). "Reporting and the push for market-oriented journalism: media organizations as businesses". In: Bennett, Lance; Entman, Robert (eds.). *Mediated politics: communication in the future of democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 99-116. ISBN: 978 0 521789769
- Van-der-Haak, Bregtje; Parks, Michael; Castells, Manuel** (2012). "The future of journalism: networked journalism". *International journal of communication*, v. 6, pp. 2923-2938.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1750/832>

**Vara, Alfonso** (2020). "Cross-national similarities and differences between legacy and digital-born news media audiences". *Media and communication*, n. 8, v. 2, pp. 16-27.

<https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2733>

**Waisbord, Silvio** (2019). "The 5Ws and 1H of digital journalism". *Digital journalism*, n. 7, v. 3, pp. 351-358.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1545592>

**Wang, Haiyan; Sparks, Colin; Lü, Nan; Huang, Yu** (2017). "Differences within the mainland Chinese press: a quantitative analysis". *Asian journal of communication*, v. 27, n. 2, pp. 154-171.

<https://doi.org/10.1080/01292986.2016.1240818>

WEF (2016). *Digital media and society implications in a hyperconnected era*. World Economic Forum. January.

<https://www.weforum.org/reports/digital-media-and-society-implications-in-a-hyperconnected-era>

WEF (2021). *Digital culture: the driving force of digital transformation*. World Economic Forum. June.

<https://www.weforum.org/reports/digital-culture-the-driving-force-of-digital-transformation>

**Wellbrock, Christian M.** (2016). "The internet's impact on journalistic quality". In: Lugmayr, Artur; Dal-Zotto, Cinzia (eds.). *Media convergence handbook - vol. 1. Journalism, broadcasting, and social media aspects of convergence*. Heidelberg: Springer, pp. 83-97. ISBN: 978 3 662 52642 2

**Willnat, Lars; Weaver, David H.; Wilhoit, G. Cleveland** (2017). "The American journalist in the digital age: how journalists and the public think about journalism in the United States". *Journalism studies*, v. 20, n. 3, pp. 423-441.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1387071>

## Anexos

### Anexo 1. Días concretos de recogida de la muestra durante el año 2020

Mes	Día
Enero	Miércoles, 29
Febrero	Jueves, 20
Marzo	Viernes, 20
Abril	Sábado, 11
Mayo	Domingo, 10
Junio	Lunes, 8
Junio	Martes, 30
Julio	Martes, 7
Agosto	Miércoles, 5
Agosto	Jueves, 27
Septiembre	Viernes, 25
Octubre	Sábado, 17
Noviembre	Domingo, 15
Diciembre	Lunes, 14

## Anexo 2. Descripción de las variables del protocolo de análisis incluidas en los análisis de regresión

Tema	<p>1 = gobierno                  2 = política y campañas electorales                  3 = economía y negocios                  4 = policía y delincuencia                  5 = tribunales                  6 = defensa/seguridad nacional                  7 = educación                  8 = salud                  9 = medio ambiente                  10 = energía                  11 = transporte                  12 = vivienda                  13 = accidentes y desastres naturales                  14 = religión e iglesias                  15 = trabajo y empleo                  16 = manifestaciones y protestas                  17 = problemas sociales                  18 = medios de comunicación                  19 = deportes                  20 = ciencia y tecnología                  21 = estilo de vida                  22 = cultura                  23 = entretenimiento y celebridades                  24 = Otros</p>
Relación con COVID-19	Variable dicotómica que media la relación de la noticia con aspectos relacionados con la pandemia COVID-19
Nº de fuentes	Número total de fuentes citadas en una unidad de análisis
Tipo de fuente	Se codificó la presencia de cada fuente de manera dicotómica (presencia/ausencia) en cada ítem
Diversidad de fuentes	<p>0 = Ausencia de fuentes                  1 = Cobertura unilateral (todas las fuentes son de un mismo tipo, por ejemplo, todas son fuentes políticas)                  2 = Múltiples tipos de fuentes</p>
Diversidad de puntos de vista	<p>0 = Ausencia de puntos de vista (no se incluyen fuentes)                  1 = Cobertura unilateral (todas las fuentes coinciden en el mismo punto de vista u opinión)                  2 = Múltiples puntos de vista (se incluyen diferentes puntos de vista)</p>
Uso de fuentes expertas	Presencia/ausencia de fuentes informativas que son consultadas como especialistas en un área específica
Uso de testigos	Las declaraciones de los testigos presenciales se identifican generalmente mediante citas directas o indirectas
Tamaño del medio	<p>1 = Pequeños (menos de 50 periodistas en la redacción)                  2 = Medianos (50-200 periodistas en la redacción)                  3 = Grandes (más de 200 periodistas en la redacción)</p>
Orientación política	<p>1 = Izquierda                  2 = Centro izquierda                  3 = Centro                  4 = Centro derecha                  5 = Derecha</p>

**Dialnet | métricas**  
 Nueva edición 2020

Índice Dialnet de Revistas e Investigadores  
 Revistas Investigadores

Índice Dialnet de Revistas  
 ¿Qué es IDR y cómo se calcula? Leer más

Indicadores Dialnet  
 Investigadores, universidades, etc. Leer más

Fundación Dialnet

[dialnet.unirioja.es/metricas](http://dialnet.unirioja.es/metricas)