
El Independiente de Granada, un modelo digital de información local abierto a la ciudadanía

Cristina Prieto Sánchez y
José Luis Masegosa Requena

I. Introducción

La Declaración Universal de los Derechos Humanos recoge en su artículo 19 la capacidad de cada individuo a recibir y difundir informaciones y opiniones por cualquier medio de expresión. De igual manera, la Constitución Española de 1978 consagra este derecho en su artículo 20 donde especifica que cualquier persona puede “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Sin embargo, en la práctica, el acceso de la ciudadanía a los medios de comunicación como soportes viables para la transmisión de sus mensajes se encuentra limitada y, por lo tanto, puede decirse que la democracia se encuentra mermada.

En las sociedades democráticas, aquellas en las que se promueven valores y prácticas de justicia social, existen dos pilares fundamentales, el poder político que sostiene el aparato administrativo, y el civil. A estos dos fuertes sustentos hay que

añadir los medios de comunicación como una forma de control de los anteriores que “allana el camino hacia un estado plural (Morán, 2017)”. Su presencia debe garantizar el derecho a la información de la ciudadanía y, en su diseño, contribuir a dar voz a la Comunidad, entendida como el conjunto de ciudadanos y ciudadanas titulares de este derecho.

Desde la Transición, los medios de comunicación españoles se han enfocado, principalmente hacia los centros de poder liderados por “varones adultos pertenecientes a la clase dominante que decidían entre sí las transformaciones y los cambios que debía acometer la transición de un régimen autoritario a un sistema democrático (Moreno, Simelio, Rovetto y Buitrago, 2007)”. Esta práctica, decidió dejar a un lado a la ciudadanía plural a la que otorgó un “pasivo rol de espectadora”.

Esta actitud selectiva y elitista desempeñada por los periódicos de una forma genérica durante la etapa de la Transición española se prolongó durante los años siguientes. Las nuevas

generaciones de profesionales de la comunicación que se incorporaron a las redacciones se limitaron a aceptar estas rutinas mientras, tras décadas de fomentar la verticalidad en el flujo de la información, las cifras de ventas en la prensa de información general seguían cayendo.

La llegada de Internet revolucionó las formas de comunicarse y los medios de comunicación vieron en las nuevas tecnologías su tabla de salvación. Algunos se apresuraron a anunciar una apertura de puertas a la sociedad civil pero, más de diez años después de las primeras experiencias, la situación ha cambiado muy poco en la prensa de referencia española. Según Palau-Sampio (2012), el balance con la perspectiva de los años invita a plantearse “hasta qué punto los medios tradicionales están dispuestos a abrir su modelo a la colaboración ciudadana, a fomentarla e incentivarla, más allá de un cierto carácter lúdico –dejar al lector que se sienta periodista–, de marketing o de moda”.

Esta apertura de puertas a la ciudadanía creó nuevas perspectivas y auguró una suerte de revolución mediática en la que figuraba como protagonista indiscutible el llamado periodismo ciudadano -también denominado periodismo participativo, comunitario o 3.0.- vinculado a la socialización de contenidos, que convierte al ciudadano en “guía y principal elemento de jerarquización” y “surge desde los márgenes del sistema y desde la audiencia para devolver la inmediatez, el sentido de comunidad y la conexión con lo real a la información (Varela, 2006: 99)”.

En estos años, un significado número de autores han presentado la revolución tecnológica como el bálsamo para sanar los males de la democracia y la presentan como “un quehacer profesional que indefectiblemente ahondará en una información más profunda, ética y plural gracias a la tecnología (Almirón y Jarque, 2008: 119)”. Pavlik sitúa el periodismo ciudadano como “una parte crucial de

la república electrónica del siglo XXI” (2005: 211), Bowman y Willis (2003) señalan incluso que el papel de *gatekeepers* de los medios convencionales está en serio peligro “por la actuación de ciudadanos que asumen un rol activo en el proceso de recopilar, reportar, analizar y difundir noticias, con el objetivo de proporcionar la información independiente, fiable, precisa diversa, relevante que una democracia exige (2003: 9)” y Orihuela habla de proceso de “canibalización (2006: 158)” de los medios tradicionales al incorporar en sus soportes experiencias exitosas en la red.

Sin embargo y con la perspectiva que ofrecen los años de revolución tecnológica en los que el acceso a internet se ha popularizado, se constata que las propuestas anunciadas por los medios para abrir sus páginas a la ciudadanía no han cubierto las expectativas. El estudio realizado por Dolors Palau-Sampio tras analizar las primeras ediciones digitales de El País, El Mundo, Levante EMV y Las Provincias en 2009 y realizar una revisión en 2012 deja al descubierto que estas propuestas “no pasan del mero formalismo en la apertura o disposición hacia el llamado periodismo ciudadano” y relegan los contenidos ofrecidos por la ciudadanía a espacios poco relevantes dentro del diseño de sus portales.

La oportunidad que ha brindado Internet para dar voz a la ciudadanía plural también ha sido poco aprovechada por la prensa de proximidad que, no sólo ha diseñado formatos en los que los ciudadanos cuentan con escasos espacios para ejercer su derecho a la difusión de información sino que han reducido los contenidos destinados a tratar temas cercanos a sus intereses. Centrados en los contenidos marcados por los centros de poder, han obviado aquellos asuntos cercanos a la ciudadanía a la que continúan imponiendo la *agenda setting* en los tres niveles descritos por Lei Guo y Maxwell McCombs (2014).

La consolidación de la verticalidad en la difusión de información, reproducida por la prensa digital en una línea continuista de la prensa tradicional, ha dejado al margen a la ciudadanía plural que no se ve reflejada en las nuevas propuestas digitales.

2. Información deshumanizada

Un simple vistazo a cualquier medio digital nos presenta una realidad informativa enfocada en los centros de poder. En sus informaciones, cada vez con más asiduidad, hablan, deciden, anuncian o declaran no sólo hombres y mujeres que detentan el poder público sino datos, cosas, instituciones, empresas, organismos o entes (Moreno *et al*, 2007) a los que se atribuyen entrecomillados a modo de cita textual como si de un coro se tratara. Una categoría de ‘no humanos’ que protagoniza informaciones como resultado de la precariedad laboral de las redacciones y la avalancha de notas de prensa enviadas por gabinetes de comunicación dirigidos por “paraperiodistas” (Shudson, 2003: 3) que no dejan tiempo a los medios para profundizar en las informaciones.

La combinación de estos factores está empujando, por una parte, a los profesionales del periodismo a convertirse en meros procesadores de información y, por otra, al tratamiento de ciertos asuntos como materia noticiable aunque sus contenidos se acercan más a la propaganda o la publicidad. Y, en medio de este escenario, la sociedad civil queda relegada, sus asuntos se sitúan al margen de la agenda, se invisibilizan y no encuentran cauces de difusión en soportes periodísticos que ofrezcan garantías de credibilidad.

Recogiendo las palabras de Kovach y Rosenstiel (2012: 24-25), “no son la tecnología, ni los periodistas, ni las técnicas empleadas los elementos que definen el periodismo. Se trata de algo más básico: la función que desempeña la información en la vida de todo ciudadano”. Y

es, precisamente, la información emanada de los colectivos ciudadanos la que se está quedando al margen en los medios de comunicación aunque según estos dos periodistas norteamericanos “resulta difícil, al echar la vista atrás, separar el concepto de periodismo de los de creación de comunidad y democracia”. Recogiendo el concepto zambraniano de cohesión social y ciudadanía, los medios de comunicación abiertos a la participación podrían ser una herramienta eficaz para luchar contra la desconexión social que provoca un exceso de individualismo.

Aunque un número importante de cabeceras se ha alejado de las propuestas abiertas a la participación ciudadana que anunciaron cuando sus soportes encontraron en la red una propuesta viable para ello, otros sí han mantenido los principios fundacionales con los que se presentaron a la ciudadanía.

3. Objetivos y metodología

El objetivo de este trabajo es analizar la estructura del diario digital El Independiente de Granada y analizar sus contenidos para establecer las diferencias que presenta en la concepción de las noticias dentro del ecosistema de medios de Granada. El uso de Internet y las nuevas tecnologías han facilitado el nacimiento de un gran número de medios de comunicación ya que estas plataformas requieren costes mínimos y ofrecen una gran versatilidad para la inclusión de contenidos. Sin embargo y a pesar de las posibilidades con las que cuentan las nuevas herramientas digitales para la participación ciudadana, estos nuevos medios están reproduciendo los mismos esquemas que la prensa tradicional y se enfocan hacia las informaciones que ofrecen los grupos de poder hegemónicos obviando a las minorías y a los colectivos que conforman la sociedad civil.

Sustentada en nuestra percepción como

profesionales de los medios de comunicación –quienes firman este artículo son periodistas con treinta años de experiencia además de investigadores- nuestra hipótesis de partida apunta que los nuevos planteamientos de El Independiente de Granada están ayudando a visibilizar temas que tienen como protagonistas a colectivos de la sociedad civil. Diseñada esa línea de trabajo, nos planteamos las siguientes preguntas de investigación ¿Qué espacios dedica la prensa de Granada al tratamiento de noticias relacionadas con actividades de la ciudadanía? ¿Qué atención ofrecen los medios digitales al desarrollo de noticias que tienen como protagonistas a la sociedad civil? ¿Se consolida El Independiente de Granada como un modelo de diario digital innovador? ¿Qué volumen de información dedica a asuntos relacionados con organizaciones sociales ¿Presenta este diario digital una nueva relación con la audiencia de Granada a través de la participación activa en sus páginas?

La metodología mixta y descriptiva diseñada para abordar estas cuestiones y encontrar respuesta a nuestras preguntas nos ha llevado, en primer lugar, a conocer el diseño de las webs de los tres diarios digitales con implantación en Granada con la finalidad de realizar una comparación entre ellos y, determinar si la propia distribución de secciones puede aportar datos relevantes sobre la finalidad del medio.

Posteriormente, hemos analizado durante dos semanas – del 21 al 27 de mayo y del 4 al 10 de junio- la información ofrecida a la audiencia por los doce medios de comunicación de la provincia, cinco emisoras de radio –Radio Nacional de España, Onda Cero, Cadena Cope, Canal Sur Radio y Cadena Ser-, dos televisiones –Canal Sur TV y TG7-, tres diarios digitales –Ahora Granada, Granada Digital y El Independiente de Granada-, dos diarios impresos –Ideal y Granada Hoy- y dos agencias de noticias –Europa Press

y Agencia EFE para conocer los temas a los que dan cobertura y determinar si El Independiente de Granada presenta diferencias significativas.

Este análisis se ha efectuado en los formatos radiofónicos sobre los programas informativos locales en franjas de mañana y mediodía, en las televisiones en sus espacios destinados a las noticias locales en horario de mediodía y tarde y en los periódicos en papel a los temas de Granada en todas sus secciones correspondientes a cada número analizado. En el caso de los diarios digitales la evaluación se ha realizado sobre la totalidad de las noticias colgadas en su web en cada jornada de estudio y para las agencias el examen ha sido doble, por una parte sobre los despachos informativos enviados a los abonados durante un día completo y por otra sobre las convocatorias.

Han quedado al margen de nuestro análisis las informaciones de servicio (tráfico, predicciones meteorológicas, anuncios por palabras...), los artículos de opinión, los editoriales, las columnas, los espacios de humor gráfico, los suplementos, los publrreportajes, las noticias patrocinadas dentro de los espacios informativos y los sumarios o ‘llamadas’ en las portadas de los diarios en papel. También han quedado al margen de nuestro estudio los programas informativos especializados como los espacios deportivos, de salud, medioambiente, etc., aunque sí han formado parte de nuestra evaluación noticias con esta temática incluidas en los informativos locales.

Por último, hemos realizado un análisis cualitativo de los contenidos en distintas secciones de El Independiente de Granada para describir el concepto de redacción abierta impulsado por sus responsables desde el nacimiento del diario en 2015.

4. Resultados

4.1 Diseño, organización y redacción de la web

El Independiente de Granada (www.elindependientedegranada.es) se sumó al panorama mediático de esta provincia el 7 de mayo de 2015 constituyéndose en el tercer medio digital con el que contaba la ciudad. No pertenece a ningún grupo de comunicación y la cobertura de sus temas tiene un marcado carácter local aunque publica también noticias de calado autonómico y nacional con repercusión en la provincia granadina.

En la presentación que realizan en su web se definen como un medio independiente aunque no ocultan que mantener esta decisión no será fácil.

“Sabemos –es cierto- que es una temeridad fundar un medio de comunicación libre, plural, por ello, diferente, que no se pliegue a la censura y que rechace de plano la autocensura, pero es nuestro compromiso. Porque aún creemos en el periodismo, esa noble profesión absolutamente necesaria, desde el convencimiento de que una sociedad informada es más libre para decidir.”

Formado por una redacción en la que se integran únicamente periodistas profesionales con una dilatada experiencia en medios de comunicación y gabinetes de prensa, la plantilla de este medio digital no acepta este reto fundacional con triunfalismo sino desde la convicción de que el panorama mediático es tan “extremadamente complejo” que obedece a “nuevos tiempos”. En su planteamiento de partida no obvian la crisis económica y sus consecuencias de desigualdad y corrupción por lo que consideran que:

“La sociedad exige otras formas de hacer política, de gobernar o hacer oposición, reclama la absoluta transparencia en las administraciones públicas y en

los centros de poder. Harta de sufrir, la ciudadanía ya no se conforma solo con palabras. Quiere hechos y verdades, que no le mienta. Y que los dirigentes políticos –sea cual sea el partido a que representan-, en su condición de servidores públicos, obedezcan a la ciudadanía al exigirle sus promesas y compromisos”.

Ninguno de los otros dos diarios digitales de la provincia –Granada digital (www.granadadigital.es) y Ahora Granada (www.ahoragranada.com)- incluyen en su web un espacio para presentarse a sus lectores ni para expresar las intenciones de su propuesta informativa.

El diseño de las cabeceras también ofrece diferencia notables. El Independiente de Granada reparte la distribución de contenido en espacios dedicados a temas de Política, Economía, Investigación, Desarrollo e Innovación (E+I+D+I), Ciudadanía, Cultura, Implicados, Comunicación, Opinión, Blogs e Indenews.

Esta presentación es poco habitual. El diario digital incluye una sección casi inexistente en la prensa española que bajo el rótulo de ‘Implicados’ asegura que ofrecerá “informaciones y reportajes sobre personas, asociaciones o entidades que practican la solidaridad, la cooperación, la ayuda. Una forma de agradecerles su trabajo desinteresado dándoles visibilidad permanente”. Otra novedad es la incorporación de un espacio dedicado a ‘Ciudadanía’ donde se localizan aquellas informaciones que repercuten directamente en el día a día de los administrados y con temáticas diversas. Se incluyen temas de salud, crónicas de tribunales, protestas ciudadanas, noticias sobre educación y sucesos. Otra novedad de este formato digital es que no ofrece información deportiva.

Los contenidos culturales tienen una sección propia así como los económicos y la opinión.

Como en otros diarios de ámbito nacional, alberga un espacio para blogs que cuenta con la firma de veinte autores, especialistas en distintas disciplinas, que mantienen colaboraciones estables con temáticas variadas debido a sus profesiones o aficiones. Entre todos, este diario digital ofrece opiniones y puntos de vista que abordan críticas literarias y musicales, temas relacionados con el medioambiente, la política (especialmente la municipal y la andaluza), los videojuegos o los estados vitales.

El humor no se queda al margen de la propuesta informativa de El Independiente de Granada pero lo aborda de una manera diferente. Al estilo de El Mundo Today¹ (www.elmundotoday.com), presenta informaciones ficticias en tono satírico con la intención de parodiar la realidad granadina.

Ejemplo de ello son las dedicadas a la conocida ‘malafollá’ granadina (término aún sin definición exacta que alude al carácter escéptico de los nacidos en la ciudad nazari) -“Nace el primer granadino sin malafollá” (5/5/2016), “Científicos granadinos crean la primera vacuna contra la malafollá” (27/12/2016) “Implantarán un microchip a los camareros de Granada para que sean simpáticos” (16/05/2015) – los problemas de las playas en verano para la colocación de sombrillas -“Drones vigilan las playas de Almuñécar para llevarse las sombrillas y hamacas que estén solas” (10/07/2015), “Un dominguero, harto de no encontrar sitio en la playa, compra 300 sombrillas y ocupa todo San Cristóbal” (08/08/2015), “El Ayuntamiento de Almuñécar decide retirar las sombrillas que lleven solas más de media hora” (23/08/2015) - o las protestas ciudadanas por la prolongación de las obras del metro y otras infraestructuras básicas -“Ingresan en el Psiquiátrico a un vecino

que nunca se ha quejado de las obras del metro” (30/07/2015), “Pacientes y familiares del Hospital Campus de la Salud piden que les devuelvan al Clínico” (28/04/2016).

El diseño en la paginación de otro de los diarios digitales de la ciudad granadina, Granada Digital (www.granadadigital.es) presenta una propuesta menos innovadora. Esta cabecera pertenece a Andalucía Noticias, un conjunto de medios provinciales de información digital que, a su vez, es parte del grupo de comunicación Doctor Trece. Este diario *on line* nació en Granada en 2003 y fue el primer digital de esta provincia aunque su imagen se ha renovado en 2018.

Las secciones en las que se divide son Granada, Andalucía, Deportes, Salud, Cultura, Lo +Digital, Nacional, Internacional y Opinión donde, en dos espacios diferenciados, Blogosfera GD y Columnistas GD, se presentan las colaboraciones de las firmas habituales. La Blogosfera GD presenta cuatro blogs: Cosmética Eficaz, Cineptos Zinescrúpulos, AsesoraX Sexual y Cocina de urgencia para universitarios.

El tercer periódico digital es Ahora Granada, un diario *on line* que comenzó su andadura el 1 de marzo de 2014. Las pestañas para el reparto de informaciones en relación a sus temas se distribuyen en sentido vertical, a la izquierda de la web. Ordenadas en sentido descendente según su importancia, se pueden leer noticias referidas a la capital, el área metropolitana, la provincia, el Granada Club de Fútbol, Deportes, Cultura y el espacio dedicado a la opinión denominado Columnistas AG. Junto a este menú vertical, se sitúa otro con el mismo formato dedicado a la información de servicios.

¹ El Mundo Today es una publicación satírica en línea con un formato de diario digital. Nació en 2009 como un proyecto televisivo pero muy pronto alcanzó entidad propia por el éxito obtenido en la red y en su cuenta de Twitter. Con formato de boletín radiofónico se ha incluido como espacio diferenciado en programas como La Ventana y A vivir que son dos días, ambos de la Cadena Ser. Sus noticias, completamente ficticias, toman referentes de la actualidad informativa que satirizan y parodian.

En esta última sección se encuentran los artículos de las colaboraciones fijas que cada autor o autora aporta al diario digital sobre temas de actualidad relacionados, principalmente, con su profesión o con la postura política que defienden en algunos asuntos. Este punto de vista tiene sentido, especialmente, porque la mayoría de estos colaboradores y colaboradoras pertenecen a las estructuras orgánicas de distintos partidos políticos y así lo dejan patente en su presentación ante los lectores.

Una característica que diferencia a El Independiente de Granada del resto de diarios digitales es que, en su web, incluye la presentación de la redacción con la fotografía y la trayectoria profesional de cada uno de sus integrantes.

4.2 Distribución temática de contenidos

Para conocer qué temas abordan los medios de comunicación en Granada, se han repartido las noticias en nueve grandes grupos temáticos en los que se han integrado informaciones que, por su afinidad, pueden compartir el mismo espacio. Estos grupos y subgrupos son:

Del análisis de los contenidos realizado durante el período de estudio sobre las informaciones difundidas por los medios de comunicación de Granada se desprende que el peso de los temas institucionales es elevado. De las 1.586 noticias analizadas en los doce medios y las dos agencias de noticias, 618 corresponden a asuntos relacionados con el Gobierno central, la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento y la Diputación, lo que supone un porcentaje sobre el total del 39%. A una gran distancia se sitúan los temas

Grupo Temático	Subgrupos	Total de noticias	%
Institucional	Gobierno central, Junta de Andalucía, Diputación Provincial y Ayuntamiento	618	39
Legal	Justifica, Policía y Guardia Civil	234	14,75
Deportes	Información deportiva	138	8,70
Política	Partidos políticos	134	8,44
Cultura	Fundaciones y actividades culturales en general	125	7,88
Ciudadanía	Colectivos vecinales, AMPAS, ONGs, Colegios profesionales y organizaciones sindicales ¹	153	9,64
Economía	Bancos, cajas, entidades financieras y organizaciones empresariales	37	2,33
Universidad	Universidad de Granada	38	2,40
Otros	Informaciones no incluidas en los grupos anteriores	109	6,86

Fuente: Elaboración propia.

¹ Se han incorporado los temas relacionados con los sindicatos al grupo de ciudadanía porque entendemos que este tipo de organizaciones responden a la defensa de los derechos de los trabajadores como ciudadanía organizada en materia laboral.

relacionados con los tribunales² y las fuerzas de seguridad con un 14,75. Las informaciones sobre aspectos relevantes para los colectivos ciudadanos alcanzan al 9,64 de las noticias mientras que los deportes se sitúan poco más de un punto por debajo con el 8,70. Los partidos políticos obtienen un 8,44 y la cultura un 7,88. La economía y la Universidad³ registran las cifras menores con un 2,33 y un 2,40, respectivamente. Finalmente, el 6,87 de las noticias que no se han podido situar en

los espacios informativos de los medios en Granada. Las televisiones –Canal Sur TV y TG7, ambas de titularidad pública- otorgan a estos temas el 57,37 y el 46,64 de la producción total de sus contenidos. Las informaciones relacionadas con los colectivos ciudadanos ocupan el segundo lugar en los formatos radiofónicos con un 18,60, pero en las agencias, los periódicos en papel y las televisiones presentan cifras muy bajas y son superados por asuntos relacionados con la

	Radios	Televisiones	Periódicos en papel	Diarios digitales	Agencias
Institucional	44,96	57,37	31	39,87	46,64
Justicia, Policía y Guardia Civil	15,89	8,19	12,5	16,83	17,79
Deportes	1,93	0	17,21	5,43	2,37
Política	8,91	13,11	5,19	10,74	11,06
Fundaciones y Cultura	3,87	4,93	11,53	7,22	7,11
Colectivos Ciudadanos	18,60	8,19	7,63	9,38	4,74
Economía	2,72	4,93	2,60	1,32	2,38
Universidad	1,56	0	3,24	2,00	2,38
Otros	1,56	3,28	9,10	8,57	5,53

Fuente: Elaboración propia

ninguno de los grupos anteriores se han agrupado en la categoría ‘Otros’.

Una vez distribuidas las informaciones por su temática es necesario conocer cómo se comportan los distintos formatos. Los medios de comunicación de Granada ofrecen el siguiente tratamiento a los distintos temas informativos (en porcentajes), según la clasificación anterior: La información institucional vuelve a protagonizar

Justicia, la Policía y la Guardia Civil en los diarios en papel, los medios digitales y las agencias. Incluso los deportes obtienen mejores resultados en los periódicos en papel.

En datos globales, los asuntos institucionales, judiciales y los aportados por Policía y Guardia Civil (informaciones de sucesos, principalmente) copan la agenda de los medios y representan,

² Granada es la sede del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía por lo que el número de informaciones relacionadas con los temas legales es significativo.

³ La Universidad de Granada por su antigüedad y el número de estudiantes hemos considerado que merece un espacio propio.

juntos, más del 60 por ciento de las noticias en radios, televisiones y agencias. En porcentajes muy cercanos se encuentran los diarios digitales (56,70) mientras que los periódicos en papel presentan cifras menores (43,5). Los asuntos económicos, culturales y aquellos referidos a la

embargo, detectar diferencias en cuanto al espacio dedicado a los temas relacionados con los colectivos ciudadanos. El Independiente de Granada presenta un porcentaje mayor y casi equipara el tratamiento de los temas sociales al ofrecido a los asuntos relacionados con la Justicia,

	El Independiente de Granada	Granada Digital	Ahora Granada
Institucional	39,29	32,83	47,50
Justicia, Policía y Guardia Civil	16,90	15,26	18,34
Deportes	0,00	12,97	3,34
Política	16,19	6,88	9,16
Fundaciones y Cultura	5,63	6,88	5,00
Colectivos Ciudadanos	14,96	10,68	2,50
Economía	0,70	0,76	2,50
Universidad	2,81	1,53	1,66
Otros	3,52	12,21	10,00

Fuente: Elaboración propia

Universidad de Granada, son residuales. Visto el panorama del conjunto de medios locales, observaremos ahora el comportamiento de los medios digitales, objetivo principal de esta comunicación. Con la referencia de la clasificación por temas anteriormente reseñada, los tres medios digitales granadinos presentan la siguiente distribución en la cobertura de los temas que ofrecen a su audiencia:

El peso de la información institucional continúa registrando un porcentaje muy elevado en los tres diarios, con cifras más moderadas en El Independiente de Granada y Granada Digital y más significativas en el caso de Ahora Granada. La observación de los datos comparados en estos tres formatos digitales nos permite, sin

Policía y Guardia Civil y la información política, lo que pone de manifiesto la importancia que sus responsables dan a este tipo de contenidos.

4.3 Participación de la ciudadanía

El modelo impulsado por El Independiente de Granada obedece a un concepto del periodismo que coloca el foco en las personas. Así, en su presentación a los lectores se esfuerza por explicar lo que no se va a encontrar en sus páginas:

“Solo somos periodistas y renunciamos a llenar nuestro -vuestro- diario de supuestas informaciones o vídeos, más o menos llamativos, para obtener más visitas; o recurrir al machismo con supuestas noticias

o imágenes supuestamente atractivas, para que piques y aumentes lectores y lectoras. Ni confundimos publicidad con información. Ni mercadeamos con la información, como pretexto para lograr ingresos. No invertimos para que nuestras informaciones en las redes sociales tengan más presencia y sean más leídas de ese modo. Ni llenamos nuestra portada y secciones con publicidad invasiva, que sabemos que molesta y desagrada. No es *El Independiente de Granada*, como te hemos demostrado, un medio ficticio que se nutre exclusivamente de noticias de agencias, comunicados, como legítimamente hacen otros. Nos comprometemos y queremos lectores y lectoras comprometidos. Valoramos, apreciamos y respetamos el trabajo de compañeros y compañeras que desde otros medios aportan otras visiones.”

En mayo de 2017, Juan Ignacio Pérez Sánchez, director de la publicación, informaba en un artículo de opinión de los buenos resultados obtenidos en el ranking que publica el Observatorio de Nuevos Medios (www.nuevosmedios.es) cuyo objetivo es analizar el impacto de los periódicos digitales en Twitter. Según esta plataforma, *El Independiente de Granada* había sido reconocido como “la marca de diario más valorada entre los nuevos periódicos digitales de cobertura provincial de toda España y el segundo, de igual temática, de todos los medios de lengua española de España, América Latina y Estados Unidos” (08/05/2017 <http://www.elindependientedegranada.es/opinion/independiente-granada-cumple-dos-anos-periodismo-como-diario-digital-mayor-impacto-e>)

Entre los medios generalistas españoles, según este Observatorio, el digital granadino ocupaba entonces el puesto vigésimo cuarto en una clasificación que lideraba *El Confidencial* y al que seguía [eldiario.es](http://www.eldiario.es), *El Español* y *Ctxt*.

Con estos datos, el director de la publicación

aseguraba que los 3.865.772 de páginas vistas en sus dos años de existencia, respaldaban la propuesta del digital porque

“es posible, pese a todo, un medio digital diferente, valiente, comprometido, que rechace la censura y la autocensura, y los dictados de poderes económicos y políticos, a veces, ocultos y enmascarados; y otras, descarados y visibles, aunque nos cueste el desprecio de unos pocos o se cierren puertas”.

La diferencia de la que habla su director se materializa en el concepto de lo que hemos denominado ‘redacción abierta’, una práctica que permite a la ciudadanía participar en la publicación de contenidos sobre temas muy diversos y a expertos y expertas que plasman en forma de artículos una visión diferente de temas que ayudan a profundizar en aspectos de realidad informativa que marca la agenda.

Los asuntos relacionados con la Memoria Histórica tienen un especial tratamiento en este formato digital así como el feminismo o las acciones solidarias.

5. Conclusiones

Las cifras correspondientes al análisis comparativo de las informaciones publicadas por los medios de comunicación en Granada ponen de manifiesto que las informaciones que tienen su origen o su foco en los colectivos ciudadanos suscitan una escasa atención y quedan relegadas frente a la información institucional y política. Si bien es cierto que las decisiones tomadas en ellas afectan directamente a los administrados y pueden considerarse relevantes para el buen gobierno de lo público, también es verdad que no encuentran contestación de la ciudadanía a la que representan a través de los medios de comunicación. En la agenda de los profesionales de los medios se incluyen muy pocas informaciones relativas a

las estructuras ciudadanas que representan a la sociedad civil frente a la abundante presencia de temas institucionales que dan protagonismo a las élites dominantes.

La propuesta de El Independiente de Granada representa, sin embargo, un espacio abierto y diverso en el que se tratan las noticias desde distintos puntos de vista. Al enfoque puramente informativo se une la opinión de expertos y expertas a través de artículos de opinión que ofrecen perspectivas diferentes. Por otra parte, sus páginas acogen contenidos de periodistas no adscritos al medio que encuentran en este diario digital un espacio para publicar informaciones y reportajes que no obtendrían difusión en otros soportes.

El análisis de su web responde a la declaración de intenciones expuesta por sus fundadores en cuanto a la apertura del diario a la ciudadanía plural. La publicación de artículos de opinión de diversa temática, firmados por representantes de colectivos pertenecientes a la sociedad civil y no ligados profesionalmente al diario, responde a los objetivos de pluralidad, independencia y compromiso con una democracia abierta.

Referencias bibliográficas

ALMIRÓN, N. y JARQUE, J. M. (2008): *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre internet y periodismo*, Barcelona: Anthropos.

KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T., (2012): *Los elementos del periodismo*, Madrid: Santillana Ediciones Generales S. L.

MORÁN, A. (2017): “El derecho a la información como elemento integrador para la conformación de un Estado plural”, *Revista Guillermo de Ockham*, 15 (1), 15-24. doi: <http://dx.doi.org/10.21500/22563202.3183>

MORENO SARDÁ, A.; SIMELIO i SOLÀ, N.; ROVETTO GoNEM, F. y BUITRAGO LONDOÑO, A. (2007): “Periodismo y ciudadanía plural: problemas, rutinas y retos”, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 157-168. Recuperado 12/02/2019 de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110157A>

PAVLIK, J. V. (2005): *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

PALAU-SAMPIO, D. (2012): “Periodismo ciudadano en las ediciones digitales, una apuesta limitada”, *El profesional de la información*, julio-agosto, v. 21, n° 4, 369-374. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.jul.06>

SCHUDSON, M. (2003): *The Sociology of News*, New York: Norton.

VARELA, J. (2006). “Periodismo participativo: el periodismo 3.0”. En Rojas, Octavio I. et al. *Blogs, La conversación en internet que está revolucionando los medios, empresas y ciudadanos*. Madrid: ESIC.

VILLORA SÁNCHEZ, C. (2016): “Propuesta de María Zambrano para la participación ciudadana y la construcción de la convivencia”, *Foro Educación* n° 26, 53-73. <http://ediciones.ucsh.cl/ojs/index.php/ForoEducativo/article/view/598>

VU, H. T., GUO, L., y McCOMBS, M. (2014): “Exploring the world outside and the pictures in our heads”. A network agenda-setting study, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(4), 669-686.