

El periodismo local ante el espejo: evolución histórica y tendencias

Local journalism in the mirror: historical evolution and trends

Rubén Rivas-de-Roca

Citación recomendada:

Rivas-de-Roca, Rubén (2026). "El periodismo local ante el espejo: evolución histórica y tendencias [Local journalism in the mirror: historical evolution and trends]". *Infonomy*, 4(3) e26013.

<https://doi.org/10.3145/infonomy.26.013>

Artículo recibido: 24-03-2026

Artículo aprobado: 17-05-2026



Rubén Rivas-de-Roca

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

<https://directorioexit.info/ficha5316>

Universidade de Santiago de Compostela

Facultade de Ciencias da Comunicación

Grupo de investigación Novos Medios

Av. de Castelao, s/n

15782 Santiago de Compostela, España

rubenrafael.rivasderoca@usc.es

Resumen

Informar de cuestiones cercanas supone un principio inherente a los orígenes del periodismo. De hecho, disponer de este tipo de noticias locales es esencial para el conocimiento del entorno y el propio funcionamiento democrático. Sin embargo, la evolución de la información de proximidad no es lineal, sino que se deriva de diferentes cambios técnicos y sociales, a los que se unen diferencias por países. Este ensayo desarrolla un repaso a la trayectoria profesional y académica del sector, a veces criticado a pesar de su centralidad en la vida social. A partir de la constatación de la sólida tradición de medios locales y regionales en numerosos territorios, se da cuenta de su evolución, con especial atención a la transición digital, donde emergen problemas como los desiertos de noticias. En un contexto globalizado, surge también un interés renovado por las cuestiones locales que abre la puerta a toda una nueva generación de medios nativos digitales de proximidad. Además, estas empresas informativas resultan más proclives a la experimentación, incluida la IA. Todo ello configura al periodismo de proximidad como un vibrante campo de estudio cuya



evolución no solo depende de la tecnología, sino también de que cómo una comunidad se entiende a sí misma.

Palabras clave

Periodismo de proximidad; Medios locales; Noticias locales; Medios hiperlocales; Evolución histórica; Transición digital; Desiertos informativos; Servicio público; Compromiso cívico; Ensayo.

Abstract

Reporting on local issues is a principle attached to the origins of journalism. In fact, having access to this type of local news is essential for understanding the surrounding environment and for the functioning of democracy itself. However, the evolution of local news is not linear, but rather stems from several technical and social changes, compounded by differences between countries. This essay reviews the professional and academic trajectory of the sector, which is sometimes criticized despite its centrality to social life. Starting from the observation of the solid tradition of local and regional media in many territories, it traces their evolution, paying particular attention to the digital transition, where problems such as news deserts emerge. In a globalized context, there is also a renewed interest in local issues, giving rise to a whole new generation of digital-native local media. Furthermore, these news organizations are more likely to experiment, including with AI. All of this shapes local journalism as a vibrant field of study whose evolution depends not only on technology, but also on how a community understands itself.

Keywords

Proximity journalism; Local media; Local news; Hyperlocal media; Historical evolution; Digital transition; News deserts; Public service; Civic engagement; Essay.

Financiación

Esta publicación es parte del proyecto de I+D+i *Inteligencia artificial en medios digitales en España: efectos y roles (PID2024-156034OB-C22)*, financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y "FEDER/UE".

1. Introducción

La noción de proximidad se encuentra presente en los orígenes del periodismo como actividad profesional. Los ciudadanos siempre han necesitado conocer lo que sucede en su ámbito geográfico más cercano por una cuestión práctica. El desarrollo de la democracia liberal desde el siglo XIX, con autoridades locales o regionales elegidas por sufragio, motivó que fuera aún más pertinente su fiscalización, a la vez que estos dirigentes emplean los medios para comunicarse con la población. Autores clásicos como **Park et al.** (1974) ya recalcan el valor de los medios para el correcto desempeño comunicativo del ecosistema local.

La comunicación es clave para el funcionamiento de la sociedad, hasta el punto de que sin ella una comunidad no puede "imaginarse" en términos de nación, siguiendo la terminología de **Benedict Anderson** (1993). La dimensión social de la comunicación funciona como un determinante, de ahí que su trayectoria esté estrechamente ligada a la historia de la humanidad (**Lozano-Ascencio**, 2021). De hecho, **McLuhan** (1985)

considera que el desarrollo humano es consustancial a la evolución de la comunicación, que se deriva de avances técnicos. En la actualidad, las tecnologías digitales se erigen en el principal motor de cambio del periodismo (**López-García; Vizoso, 2021**).

El propio periodismo, entendido como producto de masas crucial para el funcionamiento democrático (**McQuail, 1994**), ha entrado en una era post-industrial (**Deuze; Witschge, 2018**). Esto implica dejar atrás la tradicional cultura profesional del sector, organizada en redacciones, para avanzar hacia un modelo mucho más individualizado y orientado al emprendimiento. La conceptualización del periodismo cambia, al reconfigurarse sus prácticas, lo que pone en cuestión su autoridad en una sociedad altamente fragmentada e inundada de múltiples contenidos.

En este contexto, el periodismo local, conceptualizado en el ámbito ibérico habitualmente de forma más amplia bajo el término de “proximidad”, se enfrenta a una serie de nuevos desafíos. Entre ellos destacan el debilitamiento del modelo de negocio convencional por la pérdida de anunciantes y lectores, así como la desaparición de cabeceras, que lleva a la existencia de “desiertos informativos”, esto es, territorios que carecen de una cobertura verdaderamente local.

Las amenazas anteriores se suman a los problemas seculares de la información de proximidad, como la dependencia de las fuentes institucionales, la falta de adaptación al cambio social y tecnológico o su escasa profesionalización (**Morais et al., 2020**). La conjunción de todas esas circunstancias coincide, seguramente no por casualidad, con la pérdida de cohesión social en ciudades y pueblos (**Novy et al., 2012**). Nos encontramos en un momento histórico caracterizado por la gentrificación, la homogeneización cultural o la desaparición de espacios físicos para la deliberación. No obstante, la interrelación entre la disponibilidad de noticias locales y la cohesión social sigue siendo algo muy valorado por la bibliografía sobre este tema.

Tomando esas circunstancias como base, este ensayo académico ofrece un repaso tentativo, sin ánimo de exhaustividad, de la evolución histórica del periodismo local. Se busca proporcionar reflexiones que incentiven el debate, para lo que se parte de la premisa de que la transformación del periodismo es inherente a la transformación social, siguiendo a autores previos (**Lozano-Ascencio, 2021**). Desde los orígenes de la información de proximidad hasta el desarrollo de la sociedad red y la posterior expansión digital, la presente contribución subraya los retos, pero también la vitalidad y centralidad social de un tipo de periodismo a veces denostado.

El periodismo local se enfrenta al debilitamiento del modelo de negocio convencional por la pérdida de anunciantes y lectores, a la desaparición de cabeceras, que lleva a la existencia de “desiertos informativos”. A esto se suman a los problemas seculares de la información de proximidad, como la dependencia de las fuentes institucionales, la falta de adaptación al cambio social y tecnológico o su escasa profesionalización

2. Una tradición variable: las sólidas raíces del periodismo local

La bibliografía identifica al periodismo de proximidad con valores férreos de la profesión, como la rendición de cuentas, el compromiso cívico y su capacidad de integrar a los ciudadanos en la comunidad (Nielsen, 2015). Son elementos que permean el nacimiento de la actividad periodística y que articulan el surgimiento de las primeras cabeceras locales en el siglo XVIII, como el *Diario de Barcelona* en 1792.

El desarrollo de la prensa local resulta notable en toda Europa, aunque con diferencias entre países. López-García y Maciá-Mercadé (2007) recogen que Francia, Alemania, Italia, Suiza y España eran los estados con un mayor volumen de publicaciones locales y regionales, hasta el punto de que sus lectores duplicaban a los del resto de medios. Sin embargo, en el caso español esta primera prensa de provincias presenta una baja calidad, debido a que carecía de una estructura profesional (Fuentes; Fernández-Sebastián, 1998).

En el siglo XIX y principios del XX es cuando se experimenta un gran aumento de los medios locales, especialmente en España (Maciá-Mercadé, 1993). Su crecimiento deriva en parte de avances técnicos y de impresión, es decir, del cambio tecnológico, pero también de una nueva realidad social, con cada vez más personas alfabetizadas interesadas por leer noticias de su entorno.

Asimismo, el panorama político se antoja clave para entender la aparición de este tipo de publicaciones de proximidad. Por ejemplo, Estados Unidos es un país altamente descentralizado que ha contado con una nutrida representación de medios locales, que trataban de responder a las necesidades de un territorio extenso y escasamente poblado. Por su parte, en la segunda mitad del siglo XX se promulgan constituciones democráticas y descentralizadoras en países europeos como Alemania y España, lo que espolea el crecimiento de empresas informativas dedicadas a la proximidad. Estos países ya poseían cierta tradición en la materia, pero entonces se ve reforzada.

En España, resulta interesante como en la década de 1980 se produce una “edicionalización” de algunos grandes diarios, que crean ediciones regionales o locales para competir por ese segmento de mercado (Maciá-Mercadé, 1993). No obstante, este tipo de fórmulas se hallan en retroceso. La propia historia del periodismo refleja etapas diferentes en la atención prestada a las cuestiones de proximidad y cómo esta se relaciona con el hecho de que un grupo de personas se reconozca como comunidad, a lo que contribuyen las decisiones políticas.

Más allá de los cambios sobre los que ahora se reflexionará, parece evidente que la información local no puede desligarse del nacimiento de la prensa de masas. Existen múltiples cabeceras, en papel o nativas digitales, vinculadas a ciudades o territorios que permanecen a lo largo del tiempo. En un mundo globalizado y marcado por el predominio de las tecnologías digitales, la ciudadanía parece querer conocer más lo que sucede a su alrededor, si bien esto admite matices y varía entre territorios.

3. Continuidad e invisibilidad en la era del Global Journalism

La evolución de los medios locales no es homogénea desde la posguerra, al menos en Europa occidental y Norteamérica. Mientras que en algunos países triunfan medios

de naturaleza más local o regional, en otros el mercado está copado por publicaciones nacionales, si bien la era digital es propicia al surgimiento de entes informativos hiperlocales como sucede en el Reino Unido (**Williams et al.**, 2015).

Durante las décadas de los ochenta y noventa, caracterizadas por la sociedad de la información y la sociedad red, se entra en el llamado *Global Journalism*. La disponibilidad continua de noticias conduce a fenómenos como el efecto *CNN*, que alude a la capacidad de la información internacional de condicionar la acción de los gobiernos (**Heargreaves**, 2005). Aunque los medios locales perviven, caen en un cierto segundo plano al no resultar tan prestigiosos y sofisticados como el reportero internacional o el debate político más nacional. De hecho, el estudio académico de las culturas periodísticas, entendidas como una ideología ocupacional que define la práctica informativa, es eminentemente nacional (**Hanitzsch**, 2007).

La época del *Global Journalism*, con el predominio de grandes corporaciones trasnacionales, fue seguida por un auge del entretenimiento televisivo a finales del siglo XX, en el que el periodismo local quedaba desubicado. Además, como recoge **Nielsen** (2015), muchos ciudadanos y expertos consideraron a este periodismo como superficial e, incluso, como una amenaza a la democracia. Se le critica la infrarrepresentación de ciertos colectivos o su defensa a ultranza de las élites locales, lo que lastra el cambio social. Tampoco ayuda la concentración del mercado local en pocas manos, habitual en muchos países.

La época del *Global Journalism*, con el predominio de grandes corporaciones trasnacionales, fue seguida por un auge del entretenimiento televisivo a finales del siglo XX, en el que el periodismo local quedaba desubicado. Además, muchos ciudadanos y expertos consideraron a este periodismo como superficial e, incluso, como una amenaza a la democracia.

Frente a ello, la consolidación de las herramientas digitales constituye una democratización de la posibilidad de crear medios de proximidad y llevar a cabo coberturas mediante nuevos formatos ajustados a los intereses del público, que ahora puede interactuar, pero a la vez se observa una profunda crisis del modelo tradicional. Los periódicos locales luchan por adaptarse a una nueva realidad social y tecnológica (**Anderson**, 2013), y es precisamente esa novedosa relación con el público la que condiciona su futuro.

4. “No lo des por garantizado”: transición digital y desiertos de noticias

En las dos primeras décadas del siglo XXI, la disponibilidad de noticias locales ha descendido de manera drástica en países como Estados Unidos, con despidos masivos de periodistas y cierres de cabeceras (**Abernathy**, 2020). La bibliografía se esfuerza en monitorizar los desiertos de noticias, que implican la inexistencia de cobertura periodística en ciertos territorios. Identificarlos es el primer paso para poder llevar a cabo acciones sociales y políticas que permitan satisfacer las necesidades informativas de esas comunidades (**Caro-González et al.**, 2025).

En este sentido, **Hess et al.** (2026) han lanzado recientemente un indicador que mide la accesibilidad a la información local para una localidad determinada. Este índice muestra resultados superiores a un mayor grado de conexión de la empresa informativa con su entorno, para lo que evalúa aspectos de proximidad geográfica, cultural y social.

El público es tan cambiante que los medios parecen ir siempre por detrás, a pesar del enorme esfuerzo de adaptación a un entorno variable. En un momento en el que no se puede dar por garantizado el futuro de estos medios locales, que percibimos como algo que siempre había estado ahí, también se detectan brotes verdes digitales. El sector mediático de la proximidad está experimentando una fuerte renovación de la mano de una nueva generación de medios locales, que atiende a las necesidades de ciudades, pueblos o incluso barrios, como son las publicaciones hiperlocales (**Harte et al.**, 2018).

Emergen así pequeñas empresas informativas basadas en el emprendimiento y que presentan una vocación de servicio a la comunidad (**Wahl-Jorgensen**, 2024). Muchas de ellas son entidades unipersonales, fruto del esfuerzo de un periodista por informar a la población con la que convive. Se trata de iniciativas dotadas de un innegable voluntarismo y adscritas a valores clásicos del periodismo local como el compromiso social y la utilidad pública, que se mantienen en medios de proximidad de varios países según estudios recientes (**Rivas-de-Roca et al.**, 2025).

Frente a la erosión del capital social de las comunidades locales que supone la desaparición de medios de proximidad tradicionales (**Haddock et al.**, 2026), en la era digital emerge una necesidad de aferrarse al territorio, a lo más próximo. Contribuciones previas inciden en el valor renovado del periodismo de proximidad, en tanto que debe situar al territorio y a sus habitantes en el escenario global (**Hess; Waller**, 2017). Esto significa reinterpretar lo local, que en la actualidad tiene que ver con un alto grado de implicación emocional hacia ciertos asuntos y con una determinada perspectiva de ver el mundo.

En un contexto cambiante de búsqueda de nuevos modelos de negocio, los académicos apuntan a la reinención de estrategias. En este sentido, se reivindica la necesidad de conocer y entender a las audiencias del periodismo de proximidad (**Negreira-Rey et al.**, 2024). Solo con un profundo conocimiento de la comunidad se puede valorar qué beneficios les reportan las noticias locales. Además, se hace imprescindible generar una situación de confianza, que supere cierto rechazo del público hacia los periodistas, entendidos como élite. Es cierto que la información de proximidad conlleva una cercanía, con convivencia entre informadores y ciudadanos, en la que a priori sería más factible promover esa confianza.

En el conjunto de los medios locales y regionales, aquellos de naturaleza pública están mejor posicionados para seguir desempeñando un papel esencial en los sistemas democráticos (**Neff; Pickard**, 2023). Estos medios públicos tienen el deber de elaborar información útil para todos los grupos sociales, a la vez que incentivan el compromiso cívico de los ciudadanos. Por ello, son considerados como una excelente oportunidad

para reconstruir los sistemas mediáticos locales, especialmente en las democracias donde esos medios públicos de proximidad operan con garantías de independencia.

5. Un sector abierto a la experimentación en tiempos de IA

Parece evidente el agotamiento de un determinado tipo de periodismo de proximidad, atrapado por una serie de problemas que van desde la pérdida de ingresos hasta el alineamiento con fuentes institucionales. Sin embargo, el interés creciente por las cuestiones locales y el desarrollo de una nueva generación de medios, mucho más orientados a la comunidad, abre un escenario propicio para la experimentación. Dejando de lado las estrecheces económicas, algunas de las características de los medios de proximidad, como su reducido tamaño o el contacto directo con la audiencia, facilitan la adaptación al cambio.

La innovación tecnológica conduce a la implementación de nuevas fórmulas y alianzas en la defensa de los valores periodísticos que aseguran el buen funcionamiento democrático (**Esser; Neuberger**, 2019). En los últimos años, los medios nativos digitales alcanzan una importante centralidad, destacando como se ha comentado antes los de naturaleza hiperlocal (**Harte et al.**, 2018). Este ciberperiodismo, acompañado de aproximaciones multiplataforma, se encarga de cubrir una época histórica marcada por los riesgos y la incertidumbre, y recientemente por el auge de la inteligencia artificial (IA) generativa.

Dejando de lado las estrecheces económicas, algunas de las características de los medios de proximidad, como su reducido tamaño o el contacto directo con la audiencia, facilitan la adaptación al cambio

El predominio de las plataformas como principal canal de comunicación social en nuestra era provoca un choque entre la misión editorial de los medios de proximidad y la realidad del mercado. La academia ha analizado de forma extensa los cambios digitales en el sector del periodismo local, con especial atención a los desafíos suscitados por dicha transformación (**Rivas-de-Roca et al.**, 2026). Estos autores también recogen el interés científico por los efectos de esos cambios en las condiciones de trabajo de los periodistas, marcadas ahora por el funcionamiento etéreo de las redacciones o las dificultades para construir una carrera profesional a corto plazo.

En este contexto, la IA puede ser una herramienta de innovación que posibilite la automatización de ciertas tareas, así como el desarrollo de mecanismos para una mayor interacción con la audiencia. Prueba de la conexión entre IA e información local es el alto volumen de población que emplea esta tecnología para informarse de lo que sucede en su entorno. De acuerdo con un informe de *NiemanLab* (2026), *ChatGPT* es usado un millón de veces por semana con el objetivo de obtener noticias locales. Normalmente los usuarios introducen prompts para consultar sobre eventos, apertura de negocios, delincuencia, respuesta a emergencias y cuestiones jurídicas locales.

Más allá de que *ChatGPT* y otros chatbots se nutran de medios locales, parece difícil que la IA pueda sustituir de manera estricta a un informador local, comparado con otras áreas de especialización periodística. La IA no tiene capacidad de desplazarse

(al menos por ahora), por lo que no puede ir al lugar de los hechos, ni hacer fotos allí o hablar con los protagonistas y testigos, que son acciones muy valoradas en el plano local. Además, ese contacto con los ciudadanos permite detectar nuevas historias, que constituyen la base de una información de proximidad viva y adaptada a las últimas necesidades de los ciudadanos.

En cualquier caso, la información de proximidad se erige como pilar fundamental en la construcción de comunidades locales, tanto online como offline. Esta área periodística presenta unas características que le pueden permitir escapar de la lógica del *clickbait* y el consumo plataformizado. Mientras que los medios de mayor tamaño priorizan la dimensión comercial, muchas iniciativas locales nacen de una profunda motivación de servir a la comunidad (**Wahl-Jorgensen, 2024**). Este sentido vocacional garantiza la priorización de los valores periodísticos, en particular de los roles políticos asociados a la vigilancia de las élites locales.

Asimismo, la precariedad habitualmente ligada a la información de proximidad no es óbice para que diversos medios se embarquen en nuevas modalidades de relación con la audiencia. Las estrategias de implicación de estos medios con sus públicos han sido escasamente estudiadas, a excepción de casos singulares. Con todo, lo que se entiende por local puede variar entre territorios, fruto de la idiosincrasia de cada zona y medios en el marco de las citadas culturas periodísticas, también divergentes (**Hanitzsch, 2007**).

Siguiendo lo anterior, se requieren estudios longitudinales como el de **Amigo (2026)** sobre un medio y una comunidad específica. Esta autora llega a la conclusión de que la proximidad se define como un proceso en construcción, derivado de la negociación a lo largo del tiempo. Esa proximidad se genera a través de rituales simbólicos, en los que los actores periodísticos juegan su papel. Por tanto, no parece lo más conveniente ofrecer soluciones únicas al periodismo de proximidad, sino que las recomendaciones globales deben venir complementadas de adaptaciones en función del territorio.

Los medios locales y regionales que seguramente sobrevivan serán aquellos que mejor conozcan a su audiencia, articulando para ella una información de servicio público. Ese compromiso social no es un compartimento estanco, sino que está abierto a una notable experimentación. La historia pone de manifiesto que las empresas informativas de proximidad que llegan a nuestros días conjugan los cambios técnicos con la adaptación al entorno. Saber qué formato funciona para cada público (web, redes sociales o incluso papel para comunidades que no tengan esa necesidad cubierta) se antoja esencial en el futuro del periodismo de proximidad.

6. Conclusiones

El periodismo de proximidad entronca con los orígenes de la propia profesión. Su historia refleja una férrea tradición en la elaboración de noticias locales, pero divergente, con países en los que este tipo de medios tiene un peso mayor en el sistema mediático. Si bien la utilidad de la información de proximidad es algo tangible, afectando a cuestiones del día a día, esto no ha impedido una cierta invisibilidad y desprestigio de la misma en algunos momentos históricos. Al periodismo local y regional se le acusa

de baja profesionalización y escasa distancia hacia el poder, hasta el punto de funcionar como un mecanismo de propaganda.

La transición digital espoleó problemas como la precariedad laboral, que vinieron acompañados del cierre de múltiples cabeceras locales. Ese fenómeno de los desiertos de noticias (**Abernathy, 2020**) es una amenaza al propio funcionamiento democrático. Sin disponibilidad de información, los ciudadanos no pueden adoptar decisiones políticas fundamentadas en los ayuntamientos u otros órganos a escala local y regional.

A pesar del futuro plagado de retos que afronta el sector, la bibliografía apunta a un reverdecimiento de la información local, que es clave para que el público se pueda orientar en un contexto globalizado e inundado de mensajes comunicativos. Los cambios técnicos, pero también sociales, como que un colectivo de personas se reconozca como tal, se revelan como los principales factores en la evolución del periodismo de proximidad.

Además de la preocupación por la desaparición de medios de proximidad tradicionales, y sus efectos sobre la salud democrática, la era actual también se caracteriza por el crecimiento y experimentación de los medios nativos digitales en este entorno. La sociedad y la propia academia son más conscientes de la relevancia social de estas publicaciones, en las que se privilegia la rendición de cuentas (**Izquierdo-Labela, 2010**). Esto supone no solo monitorizar al poder, sino también informar de todo aquello que incumbe al ciudadano en su ámbito territorial o cultural más cercano.

Independientemente de la importancia de las transformaciones tecnológicas para entender el devenir del campo, el hecho de que una comunidad de ciudadanos se sienta como tal y reclame una información acorde hace más factible que periodistas vinculados a esas áreas geográficas den el paso de desarrollar un medio. La misión social y comunitaria sigue siendo la base de esta información, ahora a través de una convivencia entre fórmulas clásicas y nativas digitales en las cuales la IA resulta todavía una tecnología a integrar de manera responsable. El público ya la está utilizando masivamente para informarse acerca de temas locales (con poca transparencia por parte de las empresas de IA), pero la cuestión es cómo los medios pueden automatizar procesos para cumplir aún mejor con su función social hacia la audiencia, a la par que asegurar su supervivencia.

El público ya la está utilizando masivamente para informarse acerca de temas locales (con poca transparencia por parte de las empresas de IA), pero la cuestión es cómo los medios pueden automatizar procesos para cumplir aún mejor con su función social hacia la audiencia, a la par que asegurar su supervivencia

7. Referencias

Abernathy, Penelope-Muse (2020). *News deserts and ghost newspapers: Will local news survive?* University of North Carolina Press.

Amigo, Laura (2026). Tracing connections: Understanding proximity in a local newspaper over time. *Journalism Studies*.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2026.2638502>

Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.

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

Caro-González, Francisco-Javier; García-Gordillo, Mar; Bezunartea-Valencia, Ofa (2025). Concentración y desiertos de noticias: el mapa informativo andaluz. *Revista CENTRA de Ciencias Sociales*, 4(1), 11–38.
<https://doi.org/10.54790/rccs.93>

Deuze, Mark; Witschge, Tamara (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181.
<https://doi.org/10.1177/1464884916688550>

Esser, Frank; Neuberger, Christoph (2019). Realizing the democratic functions of journalism in the digital age: new alliances and a return to old values. *Journalism*, 20(1), 194–197.
<https://doi.org/10.1177/1464884918807067>

Fuentes, Juan-Francisco; Fernández-Sebastián, Javier (1998). *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Síntesis.

Haddock, Tess; Schaefer, K. Aleks; Whitacre, Brian E.; Malone, Trey (2026). Local news deserts and community social capital erosion. *Journal of Regional Science*, 66, 626–649.
<https://doi.org/10.1111/jors.70053>

Hanitzsch, Thomas (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367–385.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>

Harte, David; Howells, Rachel; Williams, Andy (2018). *Hyperlocal journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315561240>

Heargreaves, Ian (2005). *Journalism: A very short introduction*. Oxford University Press.

Hess, Kristy; Ross, Angela; McAdam, Alison; Blakston, Angela; Forde, Susan; Ricketson, Matthew; Martin, Hugh (2026). Putting news in its place: An index measurement tool to evaluate local news access. *Journalism*.
<https://doi.org/10.1177/14648849261427802>

Hess, Kristy; Waller, Lisa (2017). *Local journalism in a digital world: Theory and practice in the digital age*. Palgrave Macmillan.

Izquierdo-Labela, Luis (2010). *Manual de periodismo local*. Fragua.

Leupold, Anna; Klinger, Ulrike; Jarren, Otfried (2018). Imagining the City. *Journalism Studies*, 19(7), 960–982.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1245111>

López-García, Xosé; Maciá-Mercadé, Juan (2007). *Periodismo de proximidad*. Editorial Síntesis.

López-García, Xosé; Vizoso, Ángel (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la información*, 30(3), e300301.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.01>

Lozano-Ascencio, Carlos (2021). *Acontecer y Comunicación: Una historia del periodismo*. Fábrica de asteriscos.

Maciá-Mercadé, Juan (1993). *La Comunicación regional y local*. Ciencia 3 Distribución.

McLuhan, Marshall (1985). *La galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus*. Planeta-Agostini.

McQuail, Denis (1994). *McQuail's mass communication theory*. Sage.

Morais, Ricardo; Jerónimo, Pedro; Correia, João Carlos (2020). *Jornalismo na região centro*. LabCom.

Neff, Timothy; Pickard, Victor (2023). Building better local media systems: a comparative policy discourse analysis of initiatives to renew journalism around the world. *Journalism Studies*, 24(15), 1877–1897.

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

Negreira-Rey, María-Cruz; López-García, Xosé; Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel (2024). El periodismo local reinventa estrategias. Decálogo para los desafíos en tiempos de inteligencia artificial [Local journalism reinvents strategies. Decalogue for the challenges in times of artificial intelligence]. *Infonomy*, 2(1), e24008.

<https://doi.org/10.3145/infonomy.24.008>

Nielsen, Rasmus-Kleis (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. I.B. Tauris.

NiemanLab (2026). *ChatGPT is asked about local news 1 million times per week, OpenAI says*.

<https://www.niemanlab.org/2026/02/chatgpt-is-asked-about-local-news-1-million-times-per-week-openai-says>

Novy, Andreas; Swiatek, Daniela Coimbra; Moulaert, Frank (2012). Social cohesion: A conceptual and political elucidation. *Urban Studies*, 49(9), 1873–1889.
<https://doi.org/10.1177/0042098012444878>

Park, Robert E.; Burgess, Ernerst W.; McKenzie, Roderick D. (1974). *The city*. The University of Chicago Press.

Rivas-de-Roca, Rubén; Jerónimo, Pedro; Torre, Luísa (2026). Uma revisão sistemática da literatura sobre a produção de notícias locais (2012–2022). *Comunicação e Sociedade*, 49, e026001.
[https://doi.org/10.17231/comsoc.49\(2026\).6313](https://doi.org/10.17231/comsoc.49(2026).6313)

Rivas-de-Roca, Rubén; Negreira-Rey, María-Cruz; López-García, Xosé (2025). Local news, social commitment and public usefulness: Case studies of digital native media in southern Europe. *Journalism*, 0(0).
<https://doi.org/10.1177/14648849251403225>

Wahl-Jorgensen, Karin (2024). Local knowledge and epistemic authority in entrepreneurial journalism. *Digital Journalism*, 12(1), 48–62.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128388>

Williams, Andy; Harte, Dave; Turner, Jerome (2015). The value of UK hyperlocal community news: Findings from a content analysis, an online survey and interviews with producers. *Digital Journalism*, 3(5), 680–703.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.965932>