

DIMENSIONES E INDICADORES DE LA CALIDAD INFORMATIVA EN LOS MEDIOS DIGITALES

Luis M. Romero-Rodríguez, Patricia de-Casas-Moreno y Ángel Torres-Toukoumidis

<https://doi.org/10.3916/C49-2016-09>

INTRODUCCIÓN

CALIDAD INFORMATIVA
DIMENSIONES E INDICADORES



MEDIOS DIGITALES
TRANSPARENCIA Y DIFUSIÓN



EVALUACIÓN
ANÁLISIS DE FIABILIDAD



PERIODISMO
PRODUCTO Y CONTENIDO



ESTADO DEL ARTE

Schultz(2000)

Calidad informativa:

- Recursos adecuados
- Protección política-legal de la libertad de expresión.
- Periodistas profesionales



Picard (2004)

Calidad informativa:

- + informaciones propias que elaboradas por agentes externos.



Pellegrini y Mujica (2006)

Dimensiones e indicadores:

- Método Valor Agregado Periodístico (VAP)
- "Equidad, exactitud, relevancia y «fairness»"

Urban y Schweiger (2014)

Dimensiones e indicadores:

- Diversidad -Relevancia - Exactitud
- Comprensibilidad -Imparcialidad - Ética

METODOLOGÍA



Revisión documental mediante taxonomía articulada de evaluación y valoración.

Estudio empírico de estrategia selectiva para conseguir información cuantitativa.

Diseño de control externo para la correcta selección de elementos de análisis y recogida de datos.

Muestra total de 40 evaluadores



RESULTADOS

Macroárea 1



Empresariales (4,2 de 5)



Evaluación final expertos



Producto final (3,95 de 5)

Macroárea 2



Condiciones laborales (3,93 de 5)

Macroárea 3



Producto final (4,14 de 5)

CONCLUSIONES

La investigación presentada sirve de soporte para los estudios y actividades desarrollados con posterioridad, que avalen la calidad informativa de los medios digitales. Asimismo, completará la indeterminada lista de indicadores y dimensiones que puedan ayudar a mejorar los aspectos más débiles de evaluación de los cybermedios.

Comunicar

www.revistacomunicar.com