



# Análisis del tratamiento periodístico de la cultura local. Los casos de ABC de Sevilla y Diario de Sevilla

Daniel Moya López

Doctor en Comunicación por las universidades de Sevilla, Huelva, Málaga y Cádiz. Profesor Universidad de Sevilla.  
<https://orcid.org/0000-0003-2780-0270>  
[dmlopez@us.es](mailto:dmlopez@us.es)

Julieti-Sussi Oliveira

Profesora Universidad de Sevilla.  
Periodista - Universidad de Caxias do Sul (Brasil)  
Doctora en Periodismo - Universidad de Sevilla (España)  
Laboratorio de Estudios en Comunicación  
<https://orcid.org/0000-0003-4476-7791>  
[julieti.oliveira@gmail.com](mailto:julieti.oliveira@gmail.com)

Artículo recibido: 02/09/2023. Revisado: 30/09/2023. Aceptado: 15/10/2023

**Resumen:** Esta investigación se propone identificar la representatividad de la cultura local en medios locales. Para ello selecciona como objeto de estudio los dos principales periódicos impresos de Sevilla: *Diario de Sevilla* y *ABC de Sevilla*, a los que aplica el análisis de contenido a sus páginas culturales entre los años 2013 y 2018. Se parte de la perspectiva teórica que asume, desde el periodismo cultural, que la restricción del concepto de cultura de una publicación puede restringir los intereses de su propio público. Los resultados muestran que la información cultural local es permanente en los periódicos sevillanos, mas existen influencias estructurales del mercado que debilitan la representatividad de productores y artistas locales.

**Palabras clave:** periodismo cultural; cultura local; periódicos; cobertura periodística.

The journalistic coverage of the local culture. The cases of the ABC de Sevilla and Diario de Sevilla.

**Abstract:** This research aims to identify the representativeness of local culture in local media. To this end, it selects as the object of study the two main printed newspapers in Seville: *Diario de Sevilla* and *ABC de Sevilla*, to which it applies content analysis to their cultural pages between 2013 and 2018. It's based on the theoretical perspective that assumes, from the perspective of cultural journalism, that the restriction of a publication's concept of culture can restrict the interests of its own audience. The results show that local cultural information is permanent in Sevillian newspapers, but there are structural market influences that weaken the representativeness of local producers and artists.

**Keywords:** cultural journalism; local culture; newspapers; journalistic coverage.



### 1. La cultura a través del periodismo cultural

Cultura y comunicación son dos conceptos que mantienen una interacción simbiótica entre sí y en su contacto con la sociedad. También desde un punto de vista científico y desde un punto de vista periodístico, con su respectiva especialización (periodismo cultural), entendiendo el periodismo como institución capaz de realizar una construcción social de la realidad (Alsina 2009; Berger & Lúcumá 2010).

La representación de la cultura por el periodismo está asociada a la práctica cultural de un grupo o individuo. Así, los medios de comunicación dedican a la cultura un espacio a aquellas áreas o actividades que el propio medio considera como cultural. La visibilidad y el reconocimiento son fundamentales para los agentes y productos culturales, por lo que el periodismo juega un importante papel en ese entorno. En la dicotomía entre lo global y lo local, los medios son relevantes para disfrutar de las ventajas de un mundo globalizado sin renunciar a las particularidades de lo local. El periodismo local cobra fuerza como creador de valores culturales, preservación de la identidad, sin aislarse en cuestiones identitarias,

mientras aprovecha las oportunidades de saber enfrentando la heterogeneidad y las diferencias (García Canclini 1991).

En una sociedad cada vez más globalizada, conocer la realidad cultural y la actividad periodística en torno a ella resulta de especial relevancia desde un punto de vista local, más cercano a la ciudadanía y con un mayor índice, a priori, de identidad. Esto nos lleva a observar el grado de presencia de la cultura local en las páginas de los periódicos en comparación a la cultura de otros ámbitos geográficos. También vislumbrar qué tipo de cultura está mayormente representada y cómo: temas, géneros periodísticos, espacios culturales, política cultural.

Una de las premisas de partida de este trabajo es que el concepto de cultura se transforma y amplía sus dimensiones a lo largo de los siglos: desde la artística o la antropológica, hasta la dimensión tecnológica actual asociada a industrias culturales y creatividad. No obstante, esta investigación no discute cuál es el concepto de cultura más adecuado al periodismo cultural. La amplitud y el enfrentamiento de posturas permiten una heterogeneidad que se refleja en los medios. El periodismo cultural, al clasificar determinados productos o



prácticas, contribuye a establecer una noción compartida de lo que es y no es cultural.

El periodismo cultural remite a “un conjunto muy heterogéneo de medios y géneros que transmiten las noticias de las artes, las letras, las corrientes de pensamiento, las Ciencias Sociales y Humanas y la llamada ‘cultura popular’, entre otros. Su propósito puede ser creativo, crítico, reproductivo o divulgativo” (Carrión 2003, p. 137). Una especialidad del periodismo, que desde la teoría de Bourdieu (1996), está inserta en una estructura que condiciona ciertas formas de funcionamiento. Según este autor, el periodismo está sometido a la prueba de los agentes del mercado, las relaciones de poder relacionado con el ejercicio periodístico, y marcado por los resultados de los índices de audiencia.

Para Pastoriza (2006, p. 9), “el periodismo es de manera destacada una forma de cultura porque en gran medida la difunde y la fomenta, la recrea, la crea y, además, termina por convertirse siempre en documento para la historia, otra de las grandes manifestaciones de la cultura”. La prensa media entre el sistema cultural y el público, registra y selecciona hechos de la realidad social. Así, el periodismo cultural interpreta el sistema de cultura dibujando un mapa para comprender el movimiento social, construyendo relatos que ayudan a formar consensos sobre la cultura de una época (Keller 2012). El periodismo tiene la función de incluir, excluir, dar voz o no, a hechos, sujetos o movimientos, a lo que Berguer (2003) afirma ser un poder simbólico, que según Bourdieu (2010) es un poder invisible que solo puede ser ejercido a partir de la complicidad de aquellos que no quieren reconocer que lo ejercen. Es un poder que necesita reconocimiento. La cobertura cultural es una instancia que legitima artistas, productos, o instituciones culturales.

Los criterios periodísticos empleados para valorar la noticiabilidad de un determinado tema se aplican por igual a todos los ámbitos informativos y responden a consideraciones como la actualidad, el interés y la cercanía (Altheide 1976). Sin embargo, con relación al tratamiento de la información cultural en los medios, es necesario señalar algunas diferencias con las demás secciones. Por ejemplo, el concepto de actualidad es más flexible la mayoría de las veces en el caso de la cultura que en noticias de otra índole. De acuerdo con Rivera (1995, p. 39):

“Los valores deontológicos de pluralismo, exhaustividad y objetividad que se esperan del periodismo

informativo, no pueden ser exigidos de la misma manera, o por las mismas razones, de un periodismo que trabaja muchas veces sobre otros patrones de selección, restricción, subjetividad y marginalidad, como suele ocurrir con algunas especies del cultural”.

Los géneros periodísticos en el periodismo cultural adoptan la misma clasificación que en cualquier otra sección, la diferencia es el componente creativo. Son esenciales para entender si la información presentada tiende a la información o a la opinión. Sin embargo, el propio periodismo es un proceso dinámico y sistémico que permite que los géneros evolucionen y se transformen (Lopes 2010).

Los géneros periodísticos se han clasificado entre géneros de información y opinión, si bien algunos como la crónica o el reportaje pueden ser catalogados de híbridos. En el ámbito de la información cultural existen diez formatos: noticia, crónica, reportaje, entrevista, perfil, obituario, efeméride, crítica, reseña y comentario (Pastoriza 2018).

El objetivo de este trabajo es conocer cómo determinadas representaciones de la cultura se construyen en la labor periodística cotidiana. A partir del recorrido conceptual, las preguntas de investigación que se han planteado son: ¿Cómo está representada la cultura local en la prensa sevillana? ¿Los dos principales periódicos locales comparten similitudes a la hora de tratar las informaciones culturales de la ciudad? Así, las hipótesis de partida son las siguientes: la representación cultural en los medios sevillanos fomenta el concepto comercial de la cultura (H1); *Diario de Sevilla* da mayor cobertura a la cultura local y regional que *ABC de Sevilla* a razón de su propiedad (H2).

## 1.2 Prensa local y la preservación de la identidad cultural

El reconocimiento y la visibilidad son elementos necesarios para que agentes y productos culturales ganen su espacio en una comunidad. Para ello el periodismo y la prensa local son fundamentales. Herrero Aguado (2005, p. 25) afirma que “el periodismo local resurge con fuerza como contrapartida al control informativo mundial y al concepto político, cultural y económico de lo global”. En muchos casos, la prensa escrita local es el medio con más proximidad a los lectores —aunque en algunos casos pertenecen a estructuras empresariales nacionales o internacionales—, respon-

sable de informar y relacionar a obras y creadores con el público. Incluso es crucial para la existencia de los mismos, pues garantiza y fomenta su visibilidad, provocando lo que Bourdieu (2004) define como exclusión simbólica, pues el no reconocimiento mediático de determinadas obras o artistas puede hacer que no sean conocidos por el gran público. La necesidad de un periodismo cultural, sobre todo en los periódicos locales, es vista por autores como Bahía (2009) y Robertson (1995) como un modo de preservación de las identidades culturales, ya que, en un escenario cada vez más globalizado, los medios de comunicación locales ejercen un papel significativo en el reconocimiento y en la difusión de la cultural y de los artistas locales.

Los periódicos seleccionados son los dos medios impresos de mayor circulación en Sevilla y tienen una trayectoria reconocida en la difusión de la cultura local. Ambos mantienen un espacio destacado para la sección de cultura, en un escenario en el que aumenta el cierre de los principales suplementos culturales impresos y en el que cada vez más medios pasan al ambiente digital. Las diferencias se dan a la hora de distribuir dicha sección y en la cobertura que realizan, pero sobre todo en la estructura empresarial a la que pertenecen.

*ABC de Sevilla* es un periódico local, perteneciente a Vocento, el mayor conglomerado mediático de capital íntegramente español. El diario mantiene una sesión diaria dedicada a la cultura, pero cambia de nombre según los días de la semana o época del año. Durante los seis años analizados se ha observado que el medio ha mantenido la misma lógica: de sábado a jueves la sección denominada **Cultura** varía entre tres y cuatro páginas, mientras que los viernes, además de las tres páginas de la sección Cultura, se añade el cuaderno **ABC del Ocio**, que recoge información adicional sobre ocio y programación cultural del fin de semana, llegando al total de diez páginas. Durante los meses de julio y agosto aparece la sección de cultura *ABC del Verano*, con un número de páginas aproximado de entre diez y quince.

*Diario de Sevilla* es un periódico de edición local que forma parte del Grupo Joly, grupo de comunicación que cuenta con diarios locales en diferentes ciudades de Andalucía. Desde su creación en 1999 publicaba todos los jueves el semanario **Culturas**, un suplemento cultural dedicado a la cultura andaluza. En 2001 dejó de publicar el suplemento,

pero mantiene una sección de cultura de lunes a domingo denominada **Cultura y Ocio**, con una media de cuatro páginas entre semana, llegando hasta las diez páginas los domingos.

Esta investigación pretende colaborar a los estudios de la representación de la cultura en la prensa. Como referencia existen los trabajos de Kristensen (2010), que analiza cuatro periódicos en Dinamarca entre 1890 y 2008. La autora demuestra que los temas predominantes en el inicio del siglo XX son el teatro y la cultura folk, perdiendo espacio para otros como la música popular, los nuevos medios y las celebridades. Así, el periodismo cultural está ampliando su interpretación de cultura de acuerdo con los cambios en la industria del consumo y el profesionalismo en el sector de los medios de comunicación. Rodríguez Aguilar (1998) realiza una reconstrucción de la historia de la cultura y el arte entre 1900 y 1936, hecha fundamentalmente a través de fuentes hemerográficas. Sin embargo, no se han encontrado muchos estudios que relacionen la cultura local y su representación mediática en la prensa local. Esta investigación, por lo tanto, es una contribución relevante.

## 2. Metodología

Se ha planteado como técnica metodológica el análisis de contenido a los dos principales diarios: *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla* (en adelante también *DS*) durante el periodo comprendido entre 2013 y 2018, para así contar con un periodo amplio y representativo de análisis. La elección de estos dos periódicos radica en ser los dos medios locales con mayor circulación en la ciudad y, desde julio de 2018, los dos únicos impresos en circulación. La personalidad distinta de las dos cabeceras permite realizar un contraste en la forma de hacer periodismo cultural y de abordar la cultura local.

Para la composición de la muestra se ha tenido en cuenta la necesidad de una perspectiva temporal relevante actual. Se abarca desde enero de 2013 a diciembre de 2018, considerando cada edición diaria como unidad de muestreo. Para acotar y trabajar con una muestra representativa, se han seguido los cálculos muestrales proporcionados por Barranco Saiz (2010, p. 88), que considera unas condiciones de error de  $\pm 4\%$  y coeficiente de fiabilidad del 95,5%. Por consiguiente, un muestreo aleatorio sistemático de estas publicaciones de frecuencia diaria implicaría una constante

K=15, es decir, la selección de una edición de cada periódico cada 15 días. En total, tendríamos unas 146 ediciones de cada uno de los periódicos, sumando un total de 1.761 textos periodísticos.

La recogida de la muestra para los textos de *ABC de Sevilla* pudo realizarse desde su hemeroteca digital, mientras para *Diario de Sevilla* se consultó el archivo en la Hemeroteca Municipal de Sevilla. Los datos se organizaron en una base de datos creada a través de Google Formulario. Las variables de análisis se establecieron por las teorías de expertos en el análisis cuantitativo de contenido como Gaytán Moya y Piñuel Raigada (1997), Bardin (2002), Armañanzas (2014) y Herscovitz (2008). Para la fiabilidad de las variables se hicieron *pre-test* entre diferentes codificadores con el objetivo de hacer una estimación del nivel de concordancia entre ellos. De acuerdo con la ecuación propuesta por Lacy & Riffe (1996), el nivel de coincidencia estimado es del 80%. Los codificadores alcanzaron un nivel de confianza del 90,4%. En la tabla 1 a seguir presentamos los resultados de las siguientes variables:

Tabla 1. Variables de análisis

Referente espacial	Internacional, nacional, regional, local
Temas	Teatro, cinema, música, libros, artes plásticas, flamenco
Géneros periodísticos	Noticia, nota informativa, reportajes, entrevista, crónica, crítica, columna, y reseña.
Equipamientos municipales	Lope de Vega, Alameda, Espacio Santa Clara, Antiquarium, Castillo de San Jorge, Museo de Cerámica, Archivo Histórico, Red Municipal de Bibliotecas, Museo Belver, Factoría Cultural
Eventos municipales	Festival de Cine de Sevilla, La Bienal de Flamenco, Festival de Música Antigua, Feria del Libro, Monkey Week, Danza Mobile.

Política cultural	Conjunto de iniciativas tomadas por estos agentes para promover la producción, la distribución y el uso de la cultura, la preservación y la divulgación del patrimonio histórico y el ordenamiento del aparato burocrático responsable de ellas (Teixera Coelho 2008, p. 85).
-------------------	---

Fuente: elaboración propia

3. Un panorama de la cultura local en los periódicos ABC de Sevilla y Diario de Sevilla (2013-2018)

3.1. Referente espacial

En cuanto al espacio dedicado a la información local, a primera vista se observa un mayor número de referencias locales en *ABC de Sevilla* (51%) que en *Diario de Sevilla* (44%). Sin embargo, hay que tener en cuenta las referencias a la cultura regional que ofrece *DS* (10%), el doble que *ABC*, evidencia de su interés por la cultura andaluza como parte de la identidad local de la ciudad. Así, las referencias a lo local/regional quedan prácticamente igualadas.

Aun así, es relevante el tratamiento dedicado a lo foráneo en ambos medios en muchos casos relacionado con la industria del cine, el lanzamiento de alguna obra literaria de un autor extranjero, o bien con el mercado musical.

Tabla 2. Referente espacial

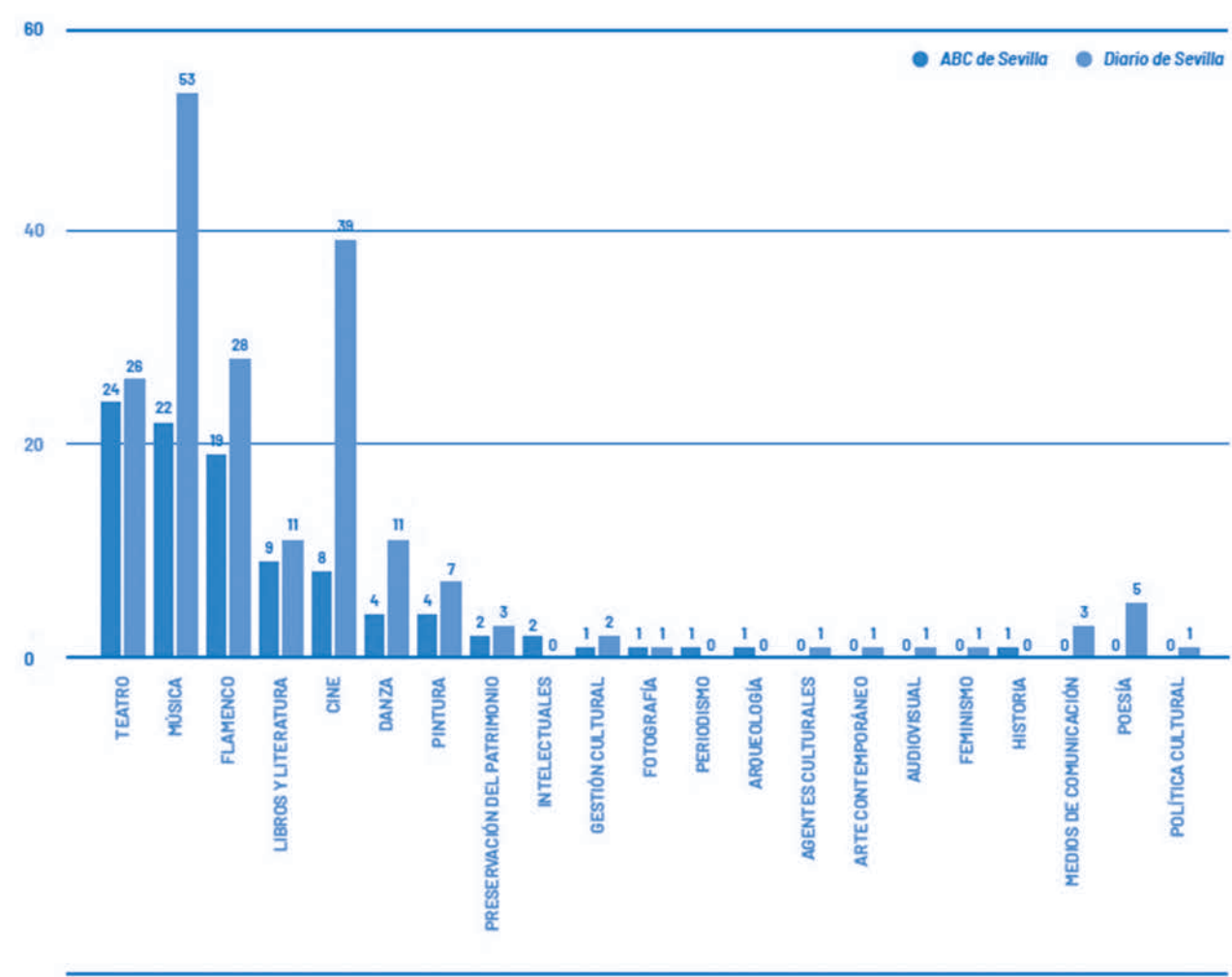
	ABC Sevilla	Diario Sevilla
Local	51%	44%
Regional	5%	10%
Nacional	23%	20%
Internacional	21%	26%

Fuente. Elaboración propia

3.2 Las temáticas culturales

En lo que respecta a las temáticas, ambos medios coinciden en dar más espacio a áreas más tradicionales de la cultura, esto es: el teatro, la música, el cine y el flamenco. Las diferencias se dan en el tratamiento dado por cada medio, como se puede ver en el gráfico 1.

Grafico 1. Temáticas por medio



Fuente. Elaboración propia

En primer lugar, *Diario de Sevilla* recoge un número mayor de temáticas, 19 frente a 14 encontradas en *ABC de Sevilla*. En lo referente al tipo de temáticas, *ABC de Sevilla* da una mayor representación al teatro (24%) y a la música (22%) mientras que en *Diario de Sevilla* hay más referencias a la música (27'3%) y al cine (20'1%). El flamenco, por su parte, con fuerte influencia en la ciudad, es la tercera temática más tratada por ambos medios,

con un 14'4% de referencias en *Diario de Sevilla* y un 19 % en *ABC de Sevilla*.

Es necesario señalar que Sevilla cuenta con tres festivales bastante consolidados: La Bienal de Flamenco, con reconocimiento internacional, el Festival de Cine Europeo de Sevilla y el Festival de Música Antigua-FeMás. Eso explica la aparición de la música, del flamenco y del cine como las temáticas más representadas a nivel local.

Puede constatar-se –aunque con menor frecuencia– la presencia de otras dos temáticas referentes a libros y literatura, danza y pintura. Dentro de la opción ‘otros’, por si las opciones preestablecidas no fueron suficientes para caracterizar la temática, se encontraron algunos tópicos específicos que aparecieron una única vez: preservación del patrimonio cultural, gestión cultural, intelectuales, fotografía, periodismo, arqueología, feminismo, audiovisual, historia, agentes culturales, medios de comunicación.

### 3.3 Géneros periodísticos

En ambos casos los géneros informativos son los predominantes (53% en *ABC*; 62% en *DS*). La principal diferencia entre ambos es la fuerte presencia de la crítica en *Diario de Sevilla* (31%). En este medio también se destaca la crítica de expertos, especialmente en las temáticas con carácter más local como pueden ser el flamenco o el Festival de Cine de Sevilla. Todo ello facilita al lector un mayor análisis y reflexión sobre las temáticas tratadas por este diario y a la vez un mayor espacio para los artistas.

### 3.4 Espacios municipales

En lo que respecta a los equipamientos culturales que gestiona el ICAS, el espacio con más presencia en los dos medios es el Teatro Lope de Vega, si bien la diferencia es palpable entre ellos (60% de *ABC*; 39% de *DS*). Por otro lado, *Diario de Sevilla* tiene un número significativo de referencias a otros dos espacios: el Teatro Alameda y el Espacio Santa Clara, con un 25% y 23% respectivamente, algo que no acontece en *ABC de Sevilla* (8% y 6%). Sin embargo, los dos medios vuelven a coincidir en la baja o nula representación que hacen de otros equipamientos culturales como el Castillo de San Jorge, el Museo Antiquarium, el Archivo Histórico o la Red Municipal de Bibliotecas.

Estos resultados comprueban el carácter más comercial de la concepción de cultura abordado por ambos perio-

dicos, ya que la programación de estos espacios suele tener carácter de espectáculo.

### 3.5 Eventos culturales

La organización de eventos culturales es una de las principales líneas de la política cultural de las administraciones públicas. Sevilla cuenta con cuatro grandes eventos que tienen financiación directa del ayuntamiento, y otros que son de iniciativa privada, pero que cuentan con el apoyo del consistorio.

En los resultados del análisis se ha observado una correspondencia entre mayor cobertura mediática a mayor presupuesto municipal, coincidiendo con las temáticas más comerciales por excelencia. *Diario de Sevilla* hace una mayor cobertura de los eventos culturales con 108 referencias, el más destacado el Festival de Cine de Sevilla con 38. A su vez, su homónimo *ABC de Sevilla* tiene 52 referencias a eventos locales, destacando la Bienal de Flamenco en cuanto a variedad de eventos, pero también encontramos otros que tienen menor apoyo financiero del ayuntamiento como el Festival de Artes Escénicas (FEST), el festival de música independiente Monkey Week o el Festival Internacional del Títere de Sevilla.

### 3.6 Política cultural

En lo referente a las políticas culturales, el número de referencias en ambos periódicos es bastante aproximado. No obstante, en *Diario de Sevilla* sí hay un posicionamiento frente a la política cultural del organismo municipal, con un equilibrio en el número de críticas 26% y de comentarios positivos 24%, si bien el posicionamiento mayoritario es de carácter neutro (50%). En *ABC de Sevilla* no existen referencias negativas como diferencia con la anterior cabecera, pero sí comparte que presenta un posicionamiento neutro a la actuación del ente consistorial (56%).

## 4. Conclusiones y discusiones

Teniendo en cuenta las preguntas de investigación planteadas, se observa que la cultura local es la que cuenta con mayor representación, con poco espacio para la de ámbito regional. No obstante, la suma de las categorías nacional e internacional revela unos porcentajes más parejos: en *ABC* suman un 44%, en *DS* un 46%. De hecho, para el caso de *DS*, la suma



de nacional e internacional supera la información cultural local (46% frente al 44%). Por lo tanto, puede considerarse que aunque la prensa sevillana ofrece mayor cobertura a la cultura local, la preservación de la identidad cultural de la ciudad no registra un porcentaje diferencial, lo que contraría las bases teóricas de autores como Bahía (2009) y Robertson (1995). En cuanto a la segunda hipótesis (H2), queda refutada: la suma de la cultura local y regional es ligeramente superior en *ABC* que en *DS* (56% frente a 54%), aunque éste ofrece más profundidad.

Por otra parte, teniendo en cuenta la perspectiva de que el periodismo cultural colabora a determinar el concepto de cultura, a través de las delimitaciones que hace a la hora de publicar, concluimos que el concepto de cultura adoptado por *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla* está más direccionada a la cultura comercial. Se ha observado que su periodismo cultural tiene poca autonomía frente a la lógica económica de las industrias culturales, dando mayor espacio a eventos, a grandes espectáculos y descuidando la posibilidad de entender la cultura en su dimensión más plural. Parece que el periodismo ha entrado en el juego del mercado cultural, facilitando el consumo en lugar de promover reflexión crítica sobre las prácticas culturales que forman parte del contexto mediático (Lourenço y Centeno 2022, p. 224). Por tanto, la primera hipótesis (H1) se confirma.

En este punto, puede aplicarse un enfoque estructural con vistas a la propiedad de ambas cabeceras. *ABC de Sevilla* está integrado en el grupo Vocento, uno de los mayores conglomerados españoles. Es una industria cultural, a nivel nacional, que hace uso de promociones para eventos culturales que patrocina, lo que justifica el gran peso de la cultura del evento, así como el espacio a informaciones nacionales. *Diario de Sevilla* se sale de esta pauta: pertenece a un conglomerado mediático, pero de implantación regional, lo que refleja que su cobertura de la cultura regional sea el doble al de *ABC*, aunque es un porcentaje pequeño, incluso inferior a la nacional e internacional. Se infieren las dificultades mediáticas de Andalucía de ofrecer con claridad una identidad periodística, con la ausencia de una cabecera regional como muestra.

Asimismo, teniendo en cuenta las temáticas más tratadas, se observa que los dos periódicos dedican mayor cobertura a la música, al teatro, al flamenco y al cine. Dichas temáticas están relacionadas con los tres grandes eventos culturales que orga-

niza la ciudad. Del mismo modo, el equipamiento municipal con mayor presencia en los dos medios es el Teatro Lope de Vega, espacio con una oferta cultural totalmente direccionada al espectáculo y a lo foráneo. En contraposición, son casi nulas las referencias encontradas con relación a las actividades culturales gratuitas en las bibliotecas, museos, la fotografía, el circo, la danza, la pintura, libros y literatura, o el arte contemporáneo. Esta selección a la hora de difundir la cultura está de acuerdo con la idea de exclusión simbólica defendida por Bordieu (2004), que impide el conocimiento de esta cultura al gran público.

El escaso posicionamiento en torno a la política cultural en ambos medios, con un predominio del posicionamiento neutro, también refleja un tratamiento cultural de *soft news*, en el que la cultura no entra dentro de la lucha partidista que sí es visible en otras secciones. La cultura se queda fuera del debate público mayoritario en el que la ciudadanía y los partidos participan. Aunque no cabe una ideologización de la cobertura periodística de la cultura, lo que marca esta interpretación y conclusión es el agravio comparativo con otras secciones en las que el posicionamiento no aparenta ser un problema.

Finalmente, se concluye que los periódicos comparan más similitudes que divergencias a la hora de difundir la cultura local. Las divergencias se dan en pequeñas cuestiones de forma, ya que *DS* parece intentar profundizar un poco más en la vida cultural local, ya sea en un número más amplio de temáticas o en la forma de tratar con géneros periodísticos como la crítica, etc. Pero en definitiva ambos funcionan como industria cultural, comparten la misma representación de una cultura comercial en detrimento a reconocimiento de los artistas, del patrimonio local y construcción de una identidad local. Una oposición a la idea del periodismo local como contrapartida al “control informativo y al concepto político, económico y cultural de lo global” defendida por Herrero Aguado (2005).

### Referencias bibliográficas

- ALSINA, M. R. (2009). *A construção da notícia*. Petrópolis, Vozes.
- ALTHEIDE, D. (1976). *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. CA, Sage
- ARMAÑANZAS, E. (2014). *Suplementos Culturales*. Navarra, Universidad del País Vasco.

- BAHIA, J. P. D. (2009). *Ser baiano na medida do reconhecimento: o jornalismo regional como elemento formador de identidade*. Tesis doctoral: Universidade Federal da Bahia. Disponible en: <https://bit.ly/325zbRs> [Consultado: 19/02/2020]
- BARDIN, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- BARRANCO SAIZ, F. J. (2010). *Marketing político y electoral*. Madrid, Pirámide.
- BERGER, C. (2003). *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre, Editora da UFRGS.
- BERGER, P., & LUCKMANN, T. (2010). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis, Vozes.
- BORDIEU, P. (2006). *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.
- CARRIÓN, M. (2003). *10 lecciones de periodismo especializado*. Madrid, Fragua.
- GAITÁN MOYA, J.A & PIÑUEL RAIGADA, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid, Editorial Síntesis.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999). *La globalización imaginada*. Barcelona, Paidós.
- GONZÁLEZ GARCÍA, Y. Y PÉREZ YGLESÍAS, M. (1990). Fuentes periodísticas y discurso histórico. *Revista de Ciencias Sociales*, n°. 47.
- Herscovitz, H. G. (2008). Análise de conteúdo em jornalismo. En Lago, C., Benedetti, M. (org). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis Vozes, pp. 123-142.
- HERRERO AGUADO, C. (2006). *Periodismo y Cultura estudios sobre periodismo especializado*. Sevilla, Ed. Padilla.
- KELLER, S. (2012). *Um mapa da vida cultural no Rio Grande do Sul: análise do caderno Cultura, de Zero Hora*. Porto Alegre, UFRGS.
- KRISTENSEN, N. N. (2010). Cultural journalism in the Danish printed press – a history of decline or increasing media institutional profiling?. *Nordic Journal of Media Studies*, 8, pp. 69-92: [https://doi.org/10.1386/nl.8.69\\_1](https://doi.org/10.1386/nl.8.69_1)
- LACY, S. & RIFFE, D. (1996). Sampling Error and Selecting Inter-coder Reliability Samples for Nominal Content Categories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(4), pp. 963–973: <https://doi.org/10.1177/107769909607300414>
- LOPES, P. (2010). Géneros literários e géneros jornalísticos: uma revisão teórica de conceitos. *BOCC: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-generos-lopes.pdf>
- LOURENÇO, J., & CENTENO, M. J. (2021). A cobertura jornalística do cinema: géneros e discursos jornalísticos nos media portugueses em 2019. *Media & Jornalismo*, 21 (38), 223-239: [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_38\\_11](https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_11)
- RIVERA, J. B. (1995). *El periodismo cultural*. Barcelona, Paidós.
- PASTORIZA, F. (2006). *Periodismo cultural*. Madrid, Síntesis.
- PASTORIZA, F. R. (2018). Los géneros informativos en el nuevo periodismo cultural. In M. J. Martín, & B. P. Acuña (Eds.), *Periodismo Cultural en el siglo XXI (I), Contenidos Docentes Innovadores*. Madrid: Editorial Universitas, pp. 75-92.
- RODRÍGUEZ AGUILAR, I., C. (1998). *Arte y cultura en la prensa. La pintura sevillana (1900- 1936)*. Sevilla, EIDUS.
- ROBERTSON, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. Featherstone, M., Lash, S., Robertson, R. (Eds.). *Global Modernities*. London: Sage publications, pp. 25-44.
- TEIXEIRA COELHO, J. (2008). *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. Barcelona, Gedisa.