

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80741>

Representación de la cultura a través de la prensa local: los casos de Sevilla y Porto Alegre (2013-2018)¹

Pastora Moreno-Espinosa², Julieti-Sussi de Oliveira³, Juan C. Figuerero-Benítez⁴, y Rosalba Mancinas-Chávez⁵

Recibido: 1 de marzo de 2022 / Aceptado: 18 de octubre de 2022

Resumen. El periodismo cultural difunde, fomenta, recrea y documenta la producción simbólica. Pastoriza (2006) lo define como una forma de cultura que ayuda a definir, dar voz o excluir relatos y sujetos que forman la cultura de una época. Este estudio aborda la construcción de la cultura en la labor periodística cotidiana. Para ello, parte de una investigación comparada sobre el peso de la representación de la cultura en medios locales en Sevilla (España) y Porto Alegre (Brasil). La metodología utilizada es el análisis de contenido, aplicado a 3.709 piezas publicadas entre 2013 y 2018 en la sección de cultura de los periódicos españoles *Diario de Sevilla* y *ABC de Sevilla* y brasileños *Zero Hora* y *Correio do Povo*. Se concluye que este periodismo tiene poca autonomía frente a la lógica económica de las industrias culturales, pues comparten la representación de una cultura comercial, en detrimento de la identidad local. **Palabras clave:** Periodismo cultural; cultura local; análisis de contenido; géneros periodísticos; diarios.

[en] Representation of culture through the local press: the cases of Seville and Porto Alegre (2013-2018)

Abstract. Cultural journalism disseminates, promotes, recreates and documents symbolic production. Pastoriza (2006) defines it as a form of culture that helps to define, give voice to or exclude narratives and subjects that form the culture of an era. This study addresses the construction of culture in everyday journalistic work. To do so, it is based on a comparative research on the weight of the representation of culture in local media in Seville (Spain) and Porto Alegre (Brazil). The methodology used is content analysis, applied to 3,709 pieces published between 2013 and 2018 in the culture section of the Spanish newspapers *Diario de Sevilla* and *ABC de Sevilla* and the Brazilian newspapers *Zero Hora* and *Correio do Povo*. It is concluded that this journalism has little autonomy from the economic logic of the cultural industries, as they share the representation of a commercial culture, to the detriment of local identity.

Keywords: Cultural journalism; local culture; content analysis; journalistic genres; newspapers.

Sumario: 1. Introducción 1.1. Periodismo cultural, referente de la cultura local 2. Comunicación y cultura en el entorno local 2.1. *Diario de Sevilla*, *ABC de Sevilla*, *Zero Hora* y *Correio do Povo* 3. Objetivos y metodología 4. Resultados 4.1. Referente espacial 4.2. Las temáticas culturales 4.3. Géneros periodísticos 4.4. Relación entre temáticas y géneros periodísticos 4.5. Espacios culturales 4.6. Política cultural 5. Conclusiones y discusión 6. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Moreno-Espinosa, P., Oliveira, J.S., Figuerero-Benítez, J.C., & Mancinas-Chávez, R. (2022). Representación de la cultura a través de la prensa local: los casos de Sevilla y Porto Alegre (2013-2018). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (4), 933-943. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80741>

1. Introducción

Cultura y periodismo cultural son dos conceptos amplios y difusos que presentan grandes dificultades de delimitación. No obstante, sí que parece estar claro que su relación tiene origen en el nacimiento de los

propios medios impresos, una vez que las primeras fórmulas de comunicación escrita estuvieron íntimamente relacionadas con el fenómeno cultural (Pastoriza, 2006). Por otra parte, la circulación de los bienes simbólicos y la transformación del sistema cultural es registrada e influenciada por el periodismo en su fun-

¹ El autor Juan Carlos Figuerero Benítez es beneficiario de un contrato predoctoral PIF financiado por el VI PPIT-US (Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla), en el marco del grupo de investigación 'Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación' (Código Oficial PAIDI HUM-618) de la Universidad de Sevilla

² Universidad de Sevilla (España)
E-mail: pamoreno@us.es

³ Universidad de Sevilla (España)
E-mail: jdeoliveira@us.es

⁴ Universidad de Sevilla (España)
E-mail: figuereo@us.es

⁵ Universidad de Sevilla (España)
E-mail: rmancinas@us.es

ción de mediador entre el hecho informativo y los destinatarios.

En un análisis comparado aplicado a cuatro periódicos de diferentes perspectivas editoriales en Dinamarca, entre 1890 y 2008, Kristensen (2010) encontró que el periodismo cultural está ampliando su interpretación del concepto de cultura de acuerdo con los cambios en la industria del consumo y el profesionalismo en el sector mediático. La autora demostró que los temas predominantes en el inicio del siglo XX eran el teatro y el folclore, pero fueron perdiendo espacio frente a la música popular, los medios de comunicación y las celebridades.

Por su parte, Rodríguez Aguilar (1998) llevó a cabo una reconstrucción de la historia de la cultura y el arte entre 1900 y 1936, realizada, fundamentalmente, a través de fuentes hemerográficas, donde observó que existe una carencia de estudios en esta línea de investigación, para la que nuestro trabajo supone una importante contribución.

En este contexto, la presente investigación se plantea conocer cómo determinadas representaciones de la cultura se construyen en la labor periodística cotidiana. El trabajo forma parte de una investigación mayor sobre la representación de la cultura en los medios locales, parte de la concepción del periodismo como institución capaz de realizar una construcción social de la realidad (Alsina, 2009; Berger & Luckman, 2010) para abordar la particularidad de la interacción cultural y periodística dentro del ámbito local.

Para ello, a través de la técnica metodológica del análisis del contenido, se analiza la representación de la cultura local en las secciones de cultura y se centra en el análisis y la comparación de los dos periódicos locales sevillanos, *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla*; y los de Porto Alegre, *Zero Hora* y *Correio do Povo*, durante el periodo comprendido entre 2013 y 2018.

Se han seleccionado estos cuatro periódicos por ser los medios locales impresos con mayor circulación en las dos ciudades. Dicha selección permite llevar a cabo una profunda comparativa teniendo en cuenta la personalidad de las distintas cabeceras. Se abordan aquí las secciones denominadas como culturales, de modo que el propio medio contribuye para una delimitación de lo que es cultura. En esta línea, resulta interesante conocer lo que los periódicos locales consideran como cultural y cómo lo hacen.

La teoría de Bourdieu (1990) consideró el periodismo cultural como una especialidad del periodismo que está insertado en una estructura que condiciona ciertas formas de funcionamiento. No se parte de un concepto estricto de cultura, sin embargo, sí se tienen en cuenta los constructos teóricos del periodismo cultural al clasificar determinados productos o prácticas que contribuyen a compartir la noción de lo que es cultural y lo que no.

En el contexto de la globalización 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. Por ello, este

análisis ha tenido en cuenta la dicotomía entre lo global y lo local (García Canclini, 1999), permitiendo así observar el grado de presencia de la cultura local en las páginas de los cuatro periódicos de las dos ciudades, así como vislumbrar qué tipo de cultura está mayormente representada, los temas más abordados y el género periodístico predominante, entre otras características.

1.1. Periodismo cultural, referente de la cultura local

La representación de la cultura por el periodismo normalmente está asociada a la práctica cultural asignada a un grupo o a un individuo. Por tanto, se considera que el periodismo cultural cuenta con el espacio reservado dentro de los medios para los temas que el propio medio considera como cultural, del mismo modo que lo hace con temas políticos, económicos, etc. Según Bourdieu (1990), el periodismo está sometido a la prueba de los agentes del mercado y las relaciones de poder con el ejercicio periodístico, además de estar condicionado por los índices de audiencia. De ese modo, para iniciar esta investigación, se exponen aportaciones teóricas sobre la práctica del periodismo cultural que son esenciales para comprender la representatividad cultural en la prensa.

El periodismo cultural 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 (Pastoriza, 2006, p. 9). En palabras de Barei (1999) el periodismo cultural se constituye en el lugar en el que se da cuenta críticamente de la producción simbólica de una sociedad.

La prensa actúa como mediadora entre el sistema cultural y el público, registrando y seleccionando hechos de la realidad social. En ese sentido, el periodismo cultural interpreta el sistema de cultura dibujando un mapa para comprender el movimiento social, construyendo así relatos que ayudan a formar consensos sobre la cultura de una época (Keller, 2012). Por tanto, el periodismo tiene la función de incluir, excluir, dar voz o no, a hechos, sujetos o movimientos, a lo que Berger (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 conocer que lo ejercen. Es un poder que necesita reconocimiento.

A estas alturas, se puede afirmar que la cobertura cultural es una instancia que legitima artistas, productos o instituciones culturales. Indudablemente, el periódico forma parte de lo que Rubim (2015, p. 153) define como instancias responsables de la articulación de la vida cultural de una sociedad, divididas en: creación, invención e innovación; divulgación, transmisión y difusión; cambio, intercambio y cooperación; preservación y conservación; análisis, crítica, estudio, investigación y reflexión; consumo y organización.

La amplitud de la concepción de cultura se refleja en los medios de comunicación y en el periodismo cultural como 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” (Carrión, 2003, p.137).

En el periodismo, los criterios empleados para valorar si un determinado tema es noticiable o no, se aplican por igual a todos los ámbitos informativos y responden a consideraciones que tienen que ver con la actualidad, el interés y la cercanía (Altheide, 1976). Sin embargo, en el 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.

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 (Rivera, 1995, p. 39).

Costa (1995, p. 35) afirma que para que un hecho sea considerado como acontecimiento, ha de presentar cuatro dimensiones:

La dimensión de novedad o de relevancia en un campo determinado; la dimensión de extensión en términos de alcance social; la dimensión de implicación psicosociológica de una colectividad; la dimensión temporal, que se refiere a la duración del hecho en la memoria colectiva.

Estas dimensiones pueden ser aplicadas a las secciones de cultura publicadas a diario, ya que éstas se dirigen a la actualidad y a la prestación de servicios más que al debate de ideas (Silva, 1998).

Al igual que las otras especialidades del periodismo, la información cultural se organiza entre los diferentes géneros informativos, que, de acuerdo con Cebrián (1983), son caracterizados por un modo particular e incompatible de combinar un conjunto de códigos.

Uno de los géneros más tradicionales del periodismo cultural es la crítica y tiene sus orígenes a finales del siglo XIX de la mano de la literatura. La crítica transmite informaciones y juicios de valor, dando a conocer una obra o un producto cultural.

El desarrollo de los géneros periodísticos acompaña la evolución del propio periodismo y de los medios de comunicación. El debate principal gira en torno a la prevalencia o no de los géneros tal y como lo conocemos hasta ahora. Esta cuestión está “provocada por los géneros híbridos que están derrotando aún más la clasificación clásica de los géneros” (Sánchez Calero, 2011, p.167). Para Moreno Espinosa (2012, p. 271) la discusión “radica, sobre todo, en la

vigencia o no de la clasificación tradicional de géneros informativos, interpretativos y de opinión”.

Además de esta clasificación clásica entre información y opinión, ha sido habitual el establecimiento de una tercera genealogía que hace referencia a los géneros híbridos en tanto que incorporan elementos de ambos. Es el caso del reportaje o la crónica, géneros más específicos que requieren una mayor profundidad, en el caso del reportaje, y de interpretación, en el caso de la crónica. Siguiendo a Moreno Espinosa (2015), para el desarrollo de esta investigación se tendrán en cuenta las tipologías clasificadas como informativa y de opinión.

2. Comunicación y cultura en el entorno local

Partiendo del hecho de que la visibilidad y el reconocimiento son fundamentales para los agentes y productos culturales, el periodismo tiene en este sentido un papel muy importante. En la dicotomía entre lo global y lo local, los medios de comunicación son fundamentales para disfrutar de las ventajas de un mundo globalizado, pero sin renunciar a las particularidades de lo local.

Esto refuerza la idea de que el periodismo local cobra fuerza como creador de valores culturales y preservación de la identidad, sin aislarse en cuestiones identitarias, pero aprovechando las oportunidades de saber enfrentar la heterogeneidad y las diferencias (García Canclini, 1999).

Al respecto, Herrero Aguado (2006, p. 25) considera 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 y, por tanto, el mayor responsable de informar y poner en relación a obras y creadores con el público. Incluso es fundamental para la existencia de los mismos, pues garantiza o no su visibilidad, provocando lo que Bourdieu (2004) define como exclusión simbólica, pues el no reconocimiento 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 cuanto mayor es la globalización, los medios de comunicación locales ejercen un papel más significativo en la puesta en valor de la información y cultura locales.

Finalmente, a pesar de los importantes cambios tecnológicos que repercuten en los medios de comunicación y en el modo de comunicar de la sociedad digitalizada en la que vivimos, el periódico impreso ha resistido y sigue siendo un medio de referencia, contrariando los pronósticos de Martínez Albertos (2005), quien teorizaba que los periódicos desaparecerían en 2020.

Tomando en cuenta todo lo anterior, se justifica la necesidad de conocer la presencia de determinados sectores o áreas culturales en la cobertura periodística de los periódicos locales.

2.1. *Diario de Sevilla, ABC de Sevilla, Zero Hora y Correio do Povo*

Comenzando por la descripción de los periódicos españoles, *Diario de Sevilla* es un periódico de edición local que forma parte del Grupo Joly, un grupo de comunicación que cuenta con diarios locales en diferentes ciudades de Andalucía. Por su parte, *ABC de Sevilla* es un periódico local que pertenece al grupo Vocento, el mayor conglomerado mediático de capital integralmente español. El medio mantiene una sesión diaria dedicada a la cultura, que va cambiando de nombre según los días de la semana o época del año.

En su trayectoria como periódico impreso, tanto *ABC de Sevilla*, como *Diario de Sevilla*, conceden un espacio relevante a la cultura. En un momento en que aumenta el cierre de los principales suplementos culturales impresos, en el que cada vez más medios pasan al ambiente digital, los dos mantienen su circulación y conservan una destacada sección de cultura. Sin embargo, las diferencias se dan en la distribución de la misma, la cobertura que realizan y principalmente en la estructura empresarial de los medios.

En cuanto a los periódicos brasileños analizados, el diario porto alegreense *Zero Hora* es un periódico de distribución local y regional. Es el más leído a nivel local y está situado entre los seis mayores periódicos brasileños. Es propiedad del grupo RBS, empresa afiliada al Grupo Globo, que es el mayor conglomerado de comunicación de Brasil. Desde sus inicios la publicación estuvo muy relacionada con la divulgación de la cultura, tal y como puede observarse en la trayectoria de sus cuadernos especiales, como el *Cultura*, que se publicó con el periódico los fines de semana durante 50 años, siendo su última edición en mayo de 2014. Por otro lado, el diario cuenta con la sección cultural *Segundo Caderno*, de circulación diaria, pero que hace un tratamiento menos profundo a los temas culturales.

Por último, *Correio do Povo* es un periódico de publicación local y uno de los más antiguos de Porto Alegre. Forma parte del grupo de medios de comunicación Record, el segundo mayor grupo de comunicación brasileño.

3. Objetivos y metodología

Esta investigación se ha marcado el objetivo principal de conocer cómo determinadas representaciones de la cultura se construyen en la labor periodística cotidiana en el ámbito local. Para abordarlo, se aplica la técnica metodológica del análisis del contenido, la cual se interesa por las acciones humanas a través de las relaciones descriptivas de la realidad que surgen

del análisis textual (Fernández, 2002). Dicha técnica, como metodología de abordaje del conocimiento, permite interpretar la realidad, a través de las categorías que se extraen del metatexto, a fin de estructurar un modelo (Moraima y Auxiliadora, 2008). De esta forma, se analiza la representación de la cultura local en el periodismo cultural y se centra en el análisis y la comparación de los dos principales periódicos locales sevillanos y los dos de Porto Alegre.

Concretamente, se compara el caso de la ciudad de Sevilla (España), con sus dos principales diarios: *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla*, con el de la ciudad de Porto Alegre (Brasil), con sus dos principales diarios: *Zero Hora* y *Correio do Povo*, durante el periodo mencionado. Para la composición de la muestra a analizar se ha tenido en cuenta la necesidad de contar con una perspectiva temporal relevante reciente, de ese modo, se abarca desde enero de 2013 a diciembre de 2018. De esta forma, se ha considerado cada edición diaria como unidad de muestreo.

La composición y selección del objeto de estudio se debe principalmente a que *Diario de Sevilla* y *ABC de Sevilla* son los dos periódicos impresos con mayor circulación en la ciudad de Sevilla, al igual que *Zero Hora* y *Correio do Povo* ostentan la misma posición en la capital brasileña, Porto Alegre.

Para acotar y trabajar con una muestra representativa del periodo, se han seguido los cálculos muestrales proporcionados por Barranco Saiz (2010, p. 88), que considera, en 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 ($584/4$) sumando un total de 3.709 textos periodísticos. Los datos se han organizado en un banco de datos creado especialmente para esta investigación usando la herramienta Google Forms.

Para recoger la muestra, en el caso de *ABC de Sevilla*, se ha podido acceder *online* a su hemeroteca digital. Sin embargo, el *Diario de Sevilla* no ofrece esta herramienta y se ha tenido que consultar el archivo en papel de la Hemeroteca Municipal de Sevilla. Para lograr las muestras a analizar de los periódicos de Porto Alegre, tanto *Correio do Povo* como *Zero Hora*, ha sido necesaria una suscripción a sus contenidos y hemerotecas digitales. Sin embargo, en el *Zero Hora* solo estaba disponible en su hemeroteca digital a partir del año 2016. Por lo que los años de 2013, 2014 y 2015 fueron recogidas manualmente en el *Museo das Comunicações* de la ciudad de Porto Alegre.

Herscovitz (2008) considera que el uso del análisis de contenido en el periodismo permite observar tendencias a partir de gran cantidad de información distribuida en un espacio temporal grande. Las teorías de expertos en el análisis cuantitativo de contenido como Gaytán Moya y Piñuel Raigada (1997), Bardin (1996), Krippendorff (1990) y Armañanzas

(2014) han permitido crear para esta investigación variables de análisis útiles y concretas. No obstante, 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 e Riffe (1996), el nivel de coincidencia estimado debe ser del 80% o superior. En el caso de esta investigación, se ha alcanzado un nivel de confianza entre los codificadores del 90,4%.

Las variables que se han abordado son: 1) Referente espacial, que alude al espacio geográfico de la información, el cual se ha dividido en internacional, nacional, regional y local; 2) Temáticas, que recogen los diferentes sectores o actividades culturales. Han sido: teatro, música, danza, cine, literatura, libros, bibliotecas, museo, flamenco, poesía, pintura, arte contemporáneo, circo y escultura. Además, se ha dejado abierta la categoría 'Otros' donde se pueden alistar nuevas categorías; 3) Géneros periodísticos, informativos u opinativos, y luego en noticia, nota informativa, reportajes, entrevistas, crónicas, críticas, columnas y reseñas; 4) Equipamientos culturales, que registran aquellos espacios culturales que están bajo la gestión del ayuntamiento municipal. En Sevilla puede ser el Teatro Lope de Vega, Teatro Alameda, Espacio Santa Clara, Antiquarium, Castillo de San Jorge, Museo de Cerámica, Archivo Histórico y la Red Municipal de Bibliotecas. Mientras que, en Porto Alegre, son el Archivo Histórico Moysés Vellinho, Museo de Porto Alegre Joaquin Felizardo, Pinacoteca Rubén Berta, Pinacoteca Aldo Locatelli, Atelier Livre Xico Stockinger, Biblioteca Pública Municipal, Teatro Renascença, la Sala Álvaro Moreira, el Teatro de Cámara Julio Piva, Cinemateca Capitólio Petrobrás y el Centro Cultural Usina do Gasômetro; Por último, 5) Política cultural, que, según Teixeira Coelho (2008, p. 85), trata el 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.

4. Resultados

La observación previa al análisis de contenido ha permitido confirmar, en cuanto a los periódicos españoles, que *Diario de Sevilla* mantiene una sección de cultura de lunes a domingo denominada Cultura y Ocio desde su creación en 1999, con una media de cuatro páginas entre semana, mientras que los domingos tiene un aumento considerable llegando hasta las diez páginas.

Por su parte, durante los seis años analizados, se ha observado que *ABC de Sevilla* ha mantenido la misma lógica: de sábado a jueves la sección denominada Cultura que 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 como su propio nombre indica, recoge in-

formación adicional sobre ocio y programación cultural del fin de semana, llegando al total de 10 páginas. Asimismo, durante los meses de julio y agosto, se publica la sección de cultura en *ABC del Verano*, con un número de páginas aproximado entre 10 y 15.

En cuanto a los periódicos brasileños, *Zero Hora* ha pasado por diferentes cambios que han ido transformando la sección de cultura durante el periodo estudiado. En los años 2013 y 2014, de lunes a viernes Segundo Caderno contaba con una media de 8 páginas y los domingos el suplemento Cultura aumentaba su número de páginas hasta llegar a las 10 y 12. Entre 2015 y 2017, los viernes empezó a circular, junto al Segundo Caderno, el Caderno Fim de Semana, destinado a la programación cultural de la ciudad y la región.

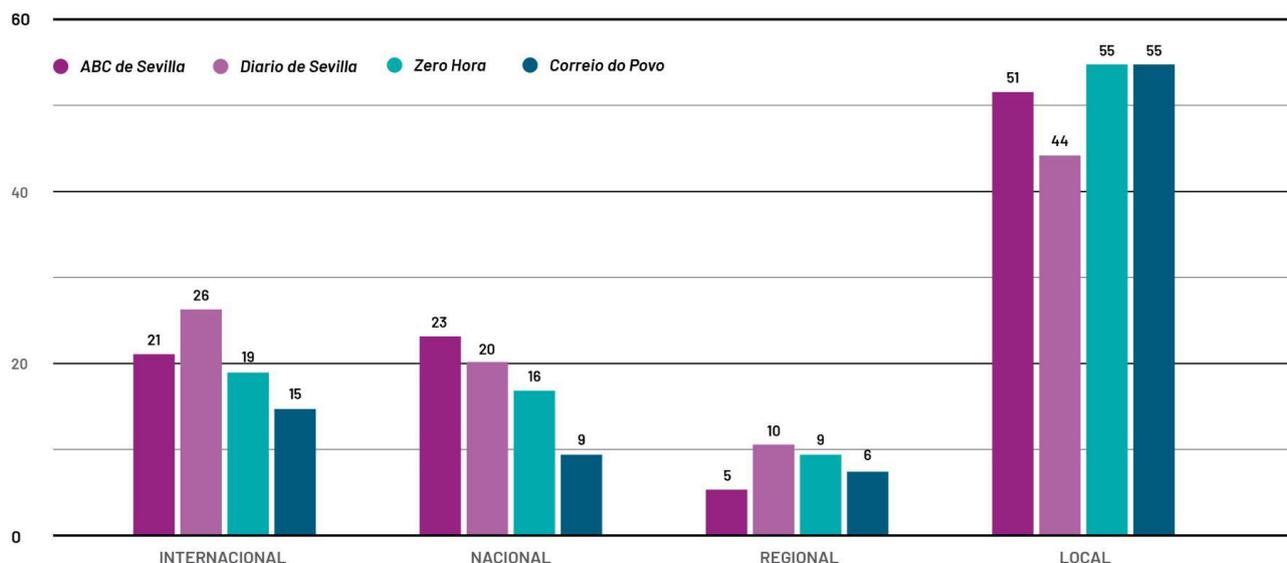
Por último, en el *Correio do Povo* se ha observado durante el periodo analizado una reducción en el número de páginas de la publicación completa, ya que de las 51 páginas que había en 2013, pasó a las 24 ó 32 en 2018. Sin embargo, esa reducción no afecta a la sección analizada en este trabajo, ya que cultura ha mantenido en todo momento las cuatro páginas de entre semana y las siete páginas en la edición de los sábados. Lo que sí hubo fueron cambios en la parte estética de la sección, en 2013 el nombre de la sección de cultura era Arte & Agenda (A&A) de lunes a domingo, pero en mayo de 2014 la edición de sábado sufrió un cambio y empezó a circular el Caderno de Sábado, que presentó una temática especial cada sábado. En 2015 se dejó de publicar la sección A&A de los domingos. En su lugar nació el CP + Domingo, diferenciándose de las temáticas tratadas por la sección cultural.

4.1. Referente espacial

El objetivo principal de este análisis es conocer el espacio de la cultural local en los medios, por ello se comenzó por analizar las referencias espaciales de las publicaciones culturales. El análisis comparado de este referente ha desvelado que todos ellos han publicado principalmente contenidos haciendo referencia a la cultura local. Los que más lo han hecho son los dos periódicos brasileños, seguidos de *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla*, respectivamente.

Tras el local, el contenido que predomina a continuación es el internacional, excepto en *ABC de Sevilla*, que publica más contenido cultural nacional que internacional, como se puede ver en el siguiente gráfico. Lo mismo ocurre con *Diario de Sevilla*, por lo que podemos afirmar que los dos diarios españoles dedican más espacio al contenido cultural nacional que los dos diarios brasileños analizados. Por su parte, los asuntos culturales regionales son los que menos espacio mediático ocupan en los cuatro periódicos analizados. Concretamente, en *DS* y en *Zero Hora* es donde se observa mayor número de referencias a temas regionales, que se justifica por la pertenencia de ambos medios a grupos de comunicación de carácter regional enfocado a temas del mismo ámbito.

Gráfico 1. Análisis comparativo del referente espacial en los cuatro periódicos



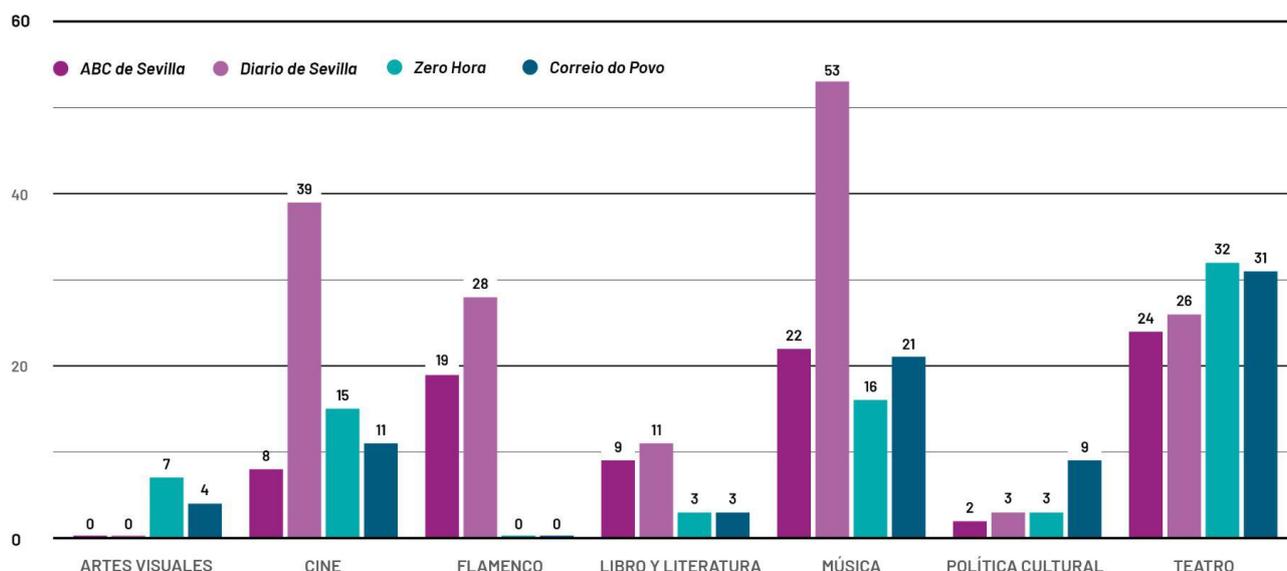
Fuente: elaboración propia.

4.2. Las temáticas culturales

Las temáticas tratadas por los medios no difieren de forma importante en ambos casos, excepto por el flamenco, que es un tema muy particular de Sevilla y que tiene espacio relevante en la prensa local. Aunque en Porto Alegre también existen temáticas locales como el nativismo o el samba, no ocupan un espacio representativo en la prensa. Las demás temáticas siguen líneas parecidas.

En el siguiente gráfico se observa que las temáticas con mayor representación son prácticamente las mismas en los cuatro casos: teatro, música y cine. De la misma forma en las temáticas con menor representación también hay coincidencias: libros y literatura, danza y artes plásticas. Cabe señalar que ha sido el *Diario de Sevilla* el medio que abordó un mayor número de temáticas (19) locales, algunas de ellas que aparecieron una única vez, como ocurre con la preservación del patrimonio cultural, la gestión cultural, los intelectuales, la fotografía, el periodismo y la arqueología.

Gráfico 2. Análisis comparativo de las temáticas abordadas en los cuatro periódicos



Fuente: elaboración propia.

4.3. Géneros periodísticos

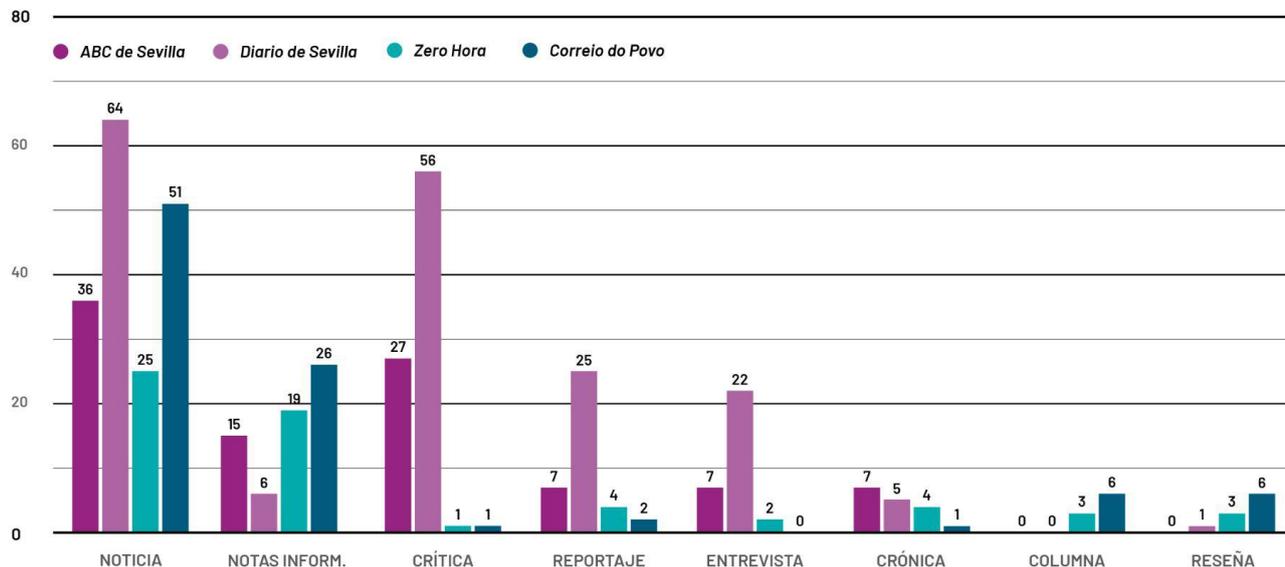
De modo general, se observa en el tercer gráfico que hay una predominancia del género informativo. La

noticia es el género estrella de las secciones de cultura analizadas. Le siguen la crítica, la nota informativa, el reportaje, la entrevista, la crónica, la reseña y la columna, respectivamente.

Asimismo, se ha podido comprobar una menor presencia de textos de opinión en la prensa portolegreña, que mantiene un carácter apenas informativo, mientras que en Sevilla se puede encontrar un importante espacio dedicado a la crítica cultural, de música, de teatro y de

flamenco. Además, los resultados del análisis realizado permiten reforzar la idea de que los periódicos sevillanos hacen una mejor representación de las actividades culturales gestionadas por la institución cultural municipal, tanto de forma cuantitativa como cualitativa.

Gráfico 3. Análisis comparativo de los géneros periodísticos publicados



Fuente: elaboración propia.

4.4. Relación entre temáticas y géneros periodísticos

Se ha llevado a cabo un cruce de datos con los resultados obtenidos en las categorías géneros periodísticos y temáticas culturales para profundizar un poco más en el tratamiento del periódico local con los referentes de la cultura y, de este modo, conocer cómo son tratados periodísticamente cada tema, además de conocer la intención. Si realmente se centra en informar o en formar opinión cultural entre la ciudadanía.

De esta forma se ha observado que las temáticas más tratadas por los géneros informativos en *ABC de Sevilla* son las de artes escénicas, en concreto, aquellas referentes a la música, el flamenco y el teatro. Los géneros como la entrevista, el reportaje y la crónica suelen estar presentes en otras temáticas, como libros y literatura, artes plásticas y arqueología. En el caso de la crítica, un texto que ofrece una mayor profundización del tema y un posicionamiento del autor, destaca que sus autores son expertos en el tema, algo que en las demás temáticas no ocurre, en ese caso es el flamenco la temática más abordada. En cuanto al género de opinión ocurre lo mismo que en los géneros informativos, ya que las temáticas más tratadas se engloban dentro del sector de las artes escénicas, flamenco y teatro.

Los géneros informativos que destacan en *Diario de Sevilla* son la noticia, el reportaje y la entrevista. Por su parte, las temáticas más tratadas en cada género, respectivamente, son la música y el flamenco. Los referentes temáticos a los que se dedican los géneros

de opinión, se observa que predomina la música, seguida por el cine y el teatro. En definitiva, dentro de los diferentes géneros periodísticos, la música es la temática más tratada por el medio.

En *Zero Hora* se observa que las temáticas tratadas en los géneros de opinión son muy reducidas, ya que entre críticas, reseñas y columnas se contabilizan apenas seis referencias. En los géneros informativos predominan, por ejemplo, la nota informativa, que trata 12 temáticas distintas, en las que predominan el teatro, con 20 referencias, la música, con nueve, y el cine, con cinco. La noticia aborda nueve temáticas, aunque no predomina ninguna de forma clara, e incluso se produce un empate entre las temáticas de teatro, música y cine, con cinco referencias cada una.

A su vez, en el *Correio do Povo*, el teatro, que es la temática que más veces ha aparecido en la sección de cultura, ha sido abordada prácticamente por todos los géneros periodísticos, excepto por la columna. La noticia ha permitido abarcar una gran variedad de temas que se repiten también en las notas informativas. Los más abordados en ambos casos son el teatro, la música, la danza, el cine y las artes visuales, así como la fotografía y la pintura. La presencia del género de opinión es muy pequeña. En total, se han encontrado seis publicaciones en ese género, haciendo referencia al teatro, la música y la danza.

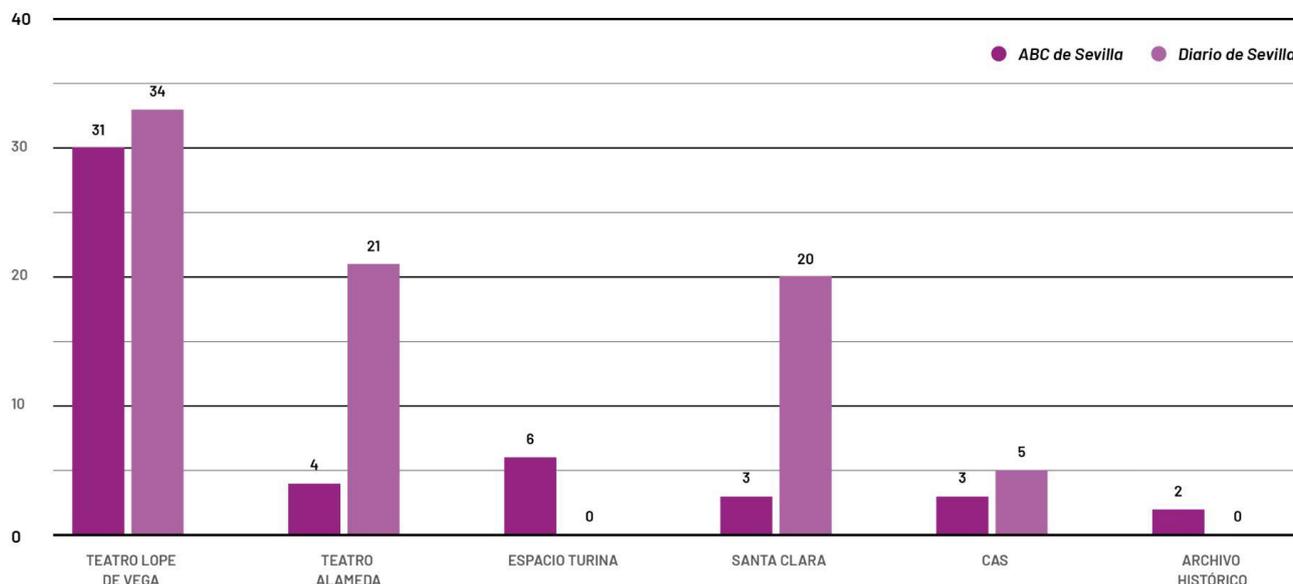
4.5. Espacios municipales

La programación cultural del Ayuntamiento de Porto Alegre está muy encaminada a los espacios cultura-

les, a lo que hay que sumar el hecho de que el carácter periodístico de los textos de dichos medios en la mayoría de los casos es más bien informar de la programación cultural realizada en esos espacios. Queda

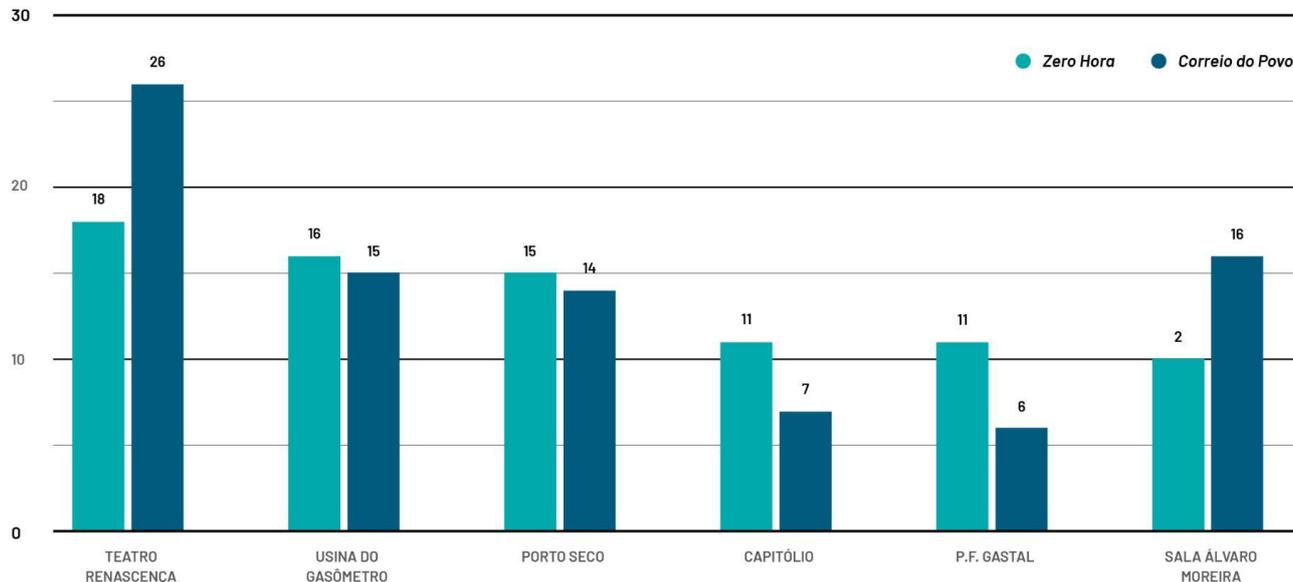
patente que los equipamientos culturales más representados en la prensa analizada están enfocados a la programación de los principales teatros municipales, tanto sevillanos como portoalegreses.

Gráfico 4. La programación de los espacios culturales en la prensa en Sevilla



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 5. La programación de los espacios culturales en la prensa en Porto Alegre



Fuente: elaboración propia.

4.6. Política cultural

El tratamiento dado a la política cultural local es mayor en el caso de los dos periódicos analizados de Porto Alegre. Sobre el total de textos analizados, un 17,2% de ellos hacían alguna referencia a la política de la SMC, mientras que en Sevilla apenas un 7,3%. No obstante, en ambos casos, la mayoría de las referencias mostraban un posicionamiento neutro o posi-

tivo del medio en relación a la actuación de la institución cultural.

5. Conclusiones y discusión

Tras el análisis de contenido efectuado sobre las cuatro cabeceras se pueden establecer unas conclusiones de ámbitos más generales y otras más específicas de

cada periódico. Un dato común a todos los periódicos es el peso de la representación de la cultura local, en todos ellos se ha apostado por dar más espacio a informaciones locales, frente a la internacional o nacional. Aunque se puede afirmar que en los periódicos sevillanos está diferencia no es tan señalada como en los periódicos brasileños.

Teniendo en cuenta el papel de la prensa como mediadora entre el sistema cultural y el público, podemos afirmar que en los cuatro casos analizados el periodismo cultural es una instancia que legitima artistas, productos o instituciones culturales (Rubin, 2015). Esto se puede observar, en primer lugar, en las temáticas culturales abordadas por los medios, tanto en los dos periódicos brasileños, como en los dos españoles, el teatro y la música han tenido una mayor representación. Eso conlleva dar visibilidad a artistas y legitimar instituciones culturales locales, como los teatros municipales.

Por otro lado, la selección de las temáticas también ha permitido conocer y determinar el concepto de cultura local en las dos ciudades. En ese sentido, se observa que no hay divergencias significativas, ya que en los medios de ambas ciudades se pone en valor una concepción más direccionada a la cultura comercial, pasando la idea de que su periodismo cultural tiene poca autonomía frente a la lógica económica de las industrias culturales, dando mayor espacio a eventos, a grandes espectáculos, confirmando así la idea de Bourdieu (1990) de que el periodismo está sometido a prueba de los agentes de mercado.

Por el contrario, son casi nulas las referencias encontradas con relación con las actividades culturales gratuitas en las bibliotecas, museos, la fotografía, el circo, la danza, la pintura, libros y literatura o el arte contemporáneo. Considerando el papel del periodismo como formador de consensos sobre la cultura de una época, como afirma Keller (2012), se puede decir que los periódicos locales descuidan la posibilidad de entender la cultura local en su dimensión más plural. Dicha postura, viene a reafirmar la

idea de Bourdieu (2004), cuando habla de la exclusión simbólica que impide el conocimiento de esta cultura al gran público.

En los medios sevillanos encontramos una especificidad en el caso del Flamenco, ya que esta es una temática muy frecuente en los periódicos sevillanos. En este caso, sí se aplica la idea defendida por autores como Bahía (2009) y Robertson (1995) de que el periodismo cultural en los periódicos locales representa una forma de preservación de las identidades culturales frente a la globalización.

El escaso posicionamiento en torno a la política cultural en las cabeceras analizadas, con un predominio del posicionamiento neutro, también refleja un tratamiento cultural de *soft news*, en el que la cultura no entra en la lucha partidista, que sí es visible en otras secciones. La cultura, pues, no entra dentro del debate público mayoritario en el que la ciudadanía y los partidos participan. Si bien 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 en dirección opuesta a lo que afirma Herrero Aguado (2006), los diarios locales analizados no actúan como contrapartida al control informativo global. Esto se pudo concluir desde un análisis comparado ya que comparten más similitudes que divergencias a la hora de difundir la cultura local. Las divergencias se dan en pequeñas cuestiones de forma cómo, por ejemplo, el *Diario de Sevilla* 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 de la puesta en valor de los artistas, del patrimonio local y construcción a través del periodismo de una identidad local.

6. Referencias bibliográficas

- Alsina, M. R. (2009). *A construção da notícia* (1. ed.). Vozes.
- Altheide, D. (1976). *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. Sage
- Armañanzas, E. (2014). *Suplementos Culturales*. Universidad del País Vasco.
- Bahía, J. P. D. (2009). *Ser baiano na medida do recôncavo: o jornalismo regional como elemento formador de identidade* (Tesis doctoral, Universidade Federal da Bahia). <https://bit.ly/325zbRs>
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido* (3ª ed.) Akal.
- Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político y Electoral*. Pirámide.
- Berger, C. (2003). *Campos em confronto: a terra e o texto* (2.ed.). Editora da UFRGS.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2010). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento* (32ª ed.). Vozes.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. Grijalbo
- Bourdieu, P. (2004). *Coisas ditas*. Brasiliense.
- Bourdieu, P. (2010). *O Poder Simbólico*. 14ª Ed. Bertrand Brasil.
- Carrión, M. (2003). *10 lecciones de periodismo especializado*. Fragua.
- Cebrián H., M. (1983). *Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual*. Vol. I y II. Editorial Mezquita.
- Costa, J. (1995). *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Ediciones Ciencias Sociales.

- Fernández, F. (2002) El Análisis de Contenido como ayuda metodológica para la Investigación. *Revista de Ciencias Sociales*. Universidad de Costa Rica. Vol. II. Núm. 96, 35-54
- Gaitán Moya, J.A., & Piñuel Raigada, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Editorial Síntesis.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Paidós.
- González García, Y., & Pérez Yglesias, M. (1990). Fuentes periodísticas y discurso histórico, en *Revista de Ciencias Sociales*, n. 47.
- Herscovitz, H. G. (2008). Análise de conteúdo em jornalismo. In C. Lago, M. Benedetti, (orgs). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. 2 Ed. Vozes.
- Herrero Aguado, C. (2006). Identidad cultural y ciudadanía. Estrategias del periodismo local. *Periodismo y Cultura*. En C. Herrero Aguado, E. Israel Garzón, M. Sobrados León, M.M. García Gordillo, C. Pérez Curiel (Eds). *Periodismo y cultura: estudios sobre periodismo Especializado*. Padilla Libros Editores y Libreros.
- Keller, S. (2012). *Um mapa da vida cultural no Rio Grande do Sul: análise do caderno Cultura, de Zero Hora*. UFRGS.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Paidós Comunicación.
- 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, 69-92. https://doi.org/10.1386/nl.8.69_1
- Labio-Bernal, A. (2011). Estructura informativa a comienzos del siglo XXI. En R. Reig, & C. Langa. *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías* (pp. 337-360). Centro de Estudios Andaluces.
- Lacy, S. & Riffe, D. (1996). Sampling Error and Selecting Intercoder Reliability Samples for Nominal Content Categories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(4), 963–973. <https://doi.org/10.1177/107769909607300414>
- Martínez Albertos, J. L. (2005). Retos y amenazas del periodismo tradicional. Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana. *VII Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística (SEP)*, 348-369.
- Moraima Campos, M. & Auxiliadora Mújica, L. (2008). El análisis de contenido: forma de abordaje metodológico. *Laurus*, 14(27), 129-144. <https://bit.ly/3DTivAt>
- Moreno Espinosa, P. (2012). *Opinión y géneros periodísticos en la era multimedia*. Universitas.
- Moreno Espinosa, P. (2015). *Los nuevos retos del periodismo digital*. Universitas.
- Rivera, J. B. (1995). *El periodismo cultural*. Paidós.
- Rodríguez Aguilar, I., C. (1998). *Arte y cultura en la prensa. La Pintura Sevillana (1900 - 1936)*. EUS.
- Pastoriza, F. (2006). *Periodismo Cultural*. Síntesis.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.). *Global modernities* (pp. 25-44). SAGE Publications Ltd. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446250563.n2>
- Rubim, A. (2015). Políticas Culturais no Brasil: Desafios Contemporâneos. *En Calabre, Lia (org). Políticas culturais: olhares e contextos*. Fundação Casa de Rui Barbosa.
- Sánchez Calero, M. L. (2011). *Géneros y discursos periodísticos*. Fragua.
- Silva, W. C. (1998). *Cultura em pauta: um estudo sobre o Jornalismo Cultural*. [Tese de Mestrado]. Universidade de São Paulo.
- Teixeira Coelho, J. (2008). *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. Gedisa.

Pastora Moreno-Espinosa. Catedrática del Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla, con ejercicio docente en la Facultad de Ciencias de la Información. Doctora en Ciencias de la Información (1992) y Doctora en Filología Hispánica (1996) por la Universidad de Sevilla. Ha sido profesora visitante en diversas Universidades europeas: Bruselas, Bolonia, Milán y Verona, así como en la Universidad Nacional de Chengchi en Taipei (República China de Taiwan). Además, ha impartido cursos en la Universidad de Mérida-Yucatán (México), Universidad de las Américas (Puebla), Universidad Autónoma de Chihuahua, Universidad de San Salvador, Radiotelevisión de Veracruz, Universidad Veracruzana, Universidad Anahuac de Cancún, Universidad de La Habana, etc. Algunas de sus publicaciones son: *Opinión y Géneros Periodísticos en la Era Multimedia*, Madrid, Universitas, 2012, *Los nuevos retos del periodismo digital*, Madrid, Universitas, 2012, *Aportaciones metodológicas para la redacción periodística*, Madrid, Fragua, 2019, así como numerosos artículos sobre el mensaje periodístico. Es Directora del Equipo de Investigación en Géneros Audiovisuales e Imágenes, EGAUDIM, incluido dentro del plan andaluz de investigación. Ha colaborado en diferentes medios de comunicación, tanto de Prensa como de Radio y Televisión y ha participado en numerosos Seminarios, Simposios y Congresos nacionales e internacionales con ponencias y comunicaciones. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6494-130X>

Julieti-Sussi de Oliveira. Graduada en Periodismo por la Universidad de Caxias do Sul – Brasil. Máster Universitario en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual, por la Universidad de Sevilla. Doctora en Periodismo, Universidad de Sevilla. Profesora de Periodismo en el departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla. Es investigadora académica en comunicación y cultura. Miembro del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO). miembro del Laboratorio de Estudios en

Comunicación (LADECOM). Editora en portugués de Ámbitos. Revista internacional de comunicación. Becaria de investigación del proyecto titulado: Comunicación, participación y diálogo con el ciudadano en la era de la “nueva política”: el uso de las redes sociales por los partidos políticos en Andalucía. Ha colaborado y participado en diferentes Seminarios, Simposios y Congresos nacionales e internacionales con ponencias y comunicaciones. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4476-7791>

Juan C. Figuereo-Benítez. Juan C. Figuereo-Benítez es docente investigador predoctoral en el Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla. Es egresado del Grado en Periodismo y cursó el Máster Universitario en Comunicación Política e Institucional de la Hispalense. Actualmente se encuentra cursando el Máster Universitario en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política de la UNED y el Doctorado Interuniversitario en Comunicación de las Universidades andaluzas de Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla. Actualmente imparte docencia en las asignaturas Redacción periodística en radio y televisión y Estructura de la Información en el Grado en Publicidad y en Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Forma parte del Laboratorio de Estudios en Comunicación (LADECOM), es miembro del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO) y secretario Académico de *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Su línea de investigación es la comunicación política e institucional, sondeos electorales, liderazgo político, redes sociales y accesibilidad. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9061-8482>

Rosalba Mancinas-Chávez. Rosalba Mancinas-Chávez es Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Chihuahua (México) y Doctora en Periodismo por la Universidad de Sevilla donde actualmente es Profesora Titular en el Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla (España). Secretaria académica del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO), miembro del Laboratorio de Estudios en Comunicación (LADECOM) y directora de *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Su línea de investigación es la Estructura y los Contenidos de la Comunicación, en su tesis doctoral abordó la estructura mediática de México que le llevó a publicar su primer libro *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación* (2008). Es impulsora del Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento que se celebra en primavera en Sevilla (en 2022 será la séptima edición) y es editora científica de la Colección Comunicación y Pensamiento de la Editorial Egregius. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4218-2338>