



# El estudio de la prensa local desde el enfoque de la Estructura de la Información. Propuesta metodológica\*

**ROSALBA MANCINAS-CHÁVEZ**

Profesora titular en el Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla (España), doctora en periodismo por la misma universidad. Correo electrónico: [rmancinas@us.es](mailto:rmancinas@us.es). Su investigación se centra en el estudio de las estructuras de poder y su influencia en la profesión periodística.  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4218-2338>

**RAMÓN REIG**

Catedrático de Estructura de la Información en el Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla (España), doctor en ciencias de la información por la misma universidad. Correo electrónico: [ramonreig@us.es](mailto:ramonreig@us.es). En la actualidad sigue una línea de investigación basada en el Pensamiento Complejo a la que llamo Enfoque Estructural Complejo (EEC) que otorga un papel esencial a la transdisciplinariedad.  ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2663-4223>

---

Recibido: 27 de mayo de 2022  
Aprobado: 24 de julio de 2023  
Modificado: 30 de julio de 2023  
Artículo de reflexión

---

DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3897>

---

\* Este artículo forma parte del proyecto “El estudio de la prensa local desde el enfoque de la Estructura de la Información”, financiación propia. Esta publicación está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0



## **El estudio de la prensa local desde el enfoque de la Estructura de la Información. Propuesta metodológica**

### **Resumen**

Este artículo propone un método para investigar la prensa local o de proximidad cuyo basamento es el Enfoque Estructural Simple (EES) que en la universidad conocemos con el nombre de Estructura de la Información. Se basa en dos premisas fundamentales: primera, la perspectiva histórica y el contexto son imprescindibles para comprender un hecho y, segunda, derivado de lo anterior, el partidario del EES persigue estudiar lo que subyace al hecho. Los resultados de esta investigación responden a los distintos apartados que siguen a este resumen. Ellos marcan el camino a seguir en la investigación del fenómeno prensa local o de proximidad y van desde una breve descripción de la escuela metodológica que seguimos hasta la diversificación de la prensa local, pasando por la acotación conceptual y los contextos en un procedimiento deductivo.

**Palabras clave:** Enfoque estructural, prensa local, evolución periodística.

## **A study of the local press from the Information Structure approach. Methodological proposal**

### **Abstract**

This article proposes a method for researching the local press, within the framework of the Simple Structural Approach (SSA), which in academia is known as the Structure of Information. It is based on two fundamental premises: first, the historical perspective and the context are essential to understand an event and, second, derived from that, the proponent of the SSA aims to study what underlies the event. The results of this research respond to the different sections that follow this summary. They mark the path to follow in the research of the local press phenomenon and range from a brief description of the methodological school we follow to the diversification of the local press, passing through the conceptual framework and the contexts in a deductive procedure.

**Keywords:** Structural approach, local press, journalism evolution.

## **O estudo da imprensa local a partir da abordagem da Estrutura de Informação. Proposta metodológica**

### **Resumo**

Este artigo propõe um método de investigação da imprensa local, baseado na Abordagem Estrutural Simples (SSA), que é conhecida na universidade como a Estrutura de Informação. Baseia-se em duas premissas fundamentais: primeiro, a perspectiva histórica e o contexto são essenciais para compreender um evento e, segundo, derivado do acima exposto, o proponente da SSE procura estudar o que está subjacente ao evento. Os resultados desta investigação respondem às diferentes secções que se seguem a este resumo.

Marcam o caminho a seguir na investigação do fenómeno da imprensa local e vão desde uma breve descrição da escola metodológica que seguimos até à diversificação da imprensa local, passando pelo quadro conceptual e os contextos num procedimento dedutivo.

**Palavras-chave:** Abordagem estrutural, imprensa local, evolução jornalística.

## **L'étude de la presse locale à partir de l'approche de la structure de l'information. Proposition méthodologique**

### **Résumé**

Cet article propose une méthode de recherche dans la presse locale, basée sur l'approche structurelle simple (SSA), connue à l'université sous le nom de structure d'information. Elle se base sur deux prémisses fondamentales: premièrement, la perspective historique et le contexte sont essentiels pour comprendre un événement et, deuxièmement, dérivé de ce qui précède, le partisan de l'ESS cherche à étudier ce qui sous-tend l'événement. Les résultats de cette recherche répondent aux différentes sections qui suivent ce résumé. Ils marquent le chemin à suivre dans l'investigation du phénomène de la presse locale et vont d'une brève description de l'école méthodologique que nous suivons à la diversification de la presse locale, en passant par le cadre conceptuel et les contextes dans une procédure déductive.

**Mots clés:** Approche structurelle, presse locale, évolution journalistique.

## **INTRODUCCIÓN**

La indagación y constatación del significado de la prensa local exige -desde nuestro punto de vista- una encartación en su contexto tanto propio como global. Las orientaciones más recientes indican, como veremos, que la prensa local no debe perder su seña de identidad, pero sí abrir algo el abanico de sus contenidos de manera que el receptor pueda acceder sin salir de ella a una visión general de actualidad de los entornos tanto inmediatos como más amplios que rodean al periodismo de proximidad.

Hemos pensado en cómo enfrentarse a una investigación sobre cualquier caso que ofrezca la prensa de proximidad y los apartados que siguen son el resultado que conforman el camino a seguir, de manera que nuestro procedimiento es enumerar las fases investigadoras por orden metodológico y que cada una de ellas lleve consigo la fundamentación argumental pertinente.

La intención no es sólo la de esbozar una metodología sino de hacerlo informando y a la vez aportando novedades que introduzcan al lector en el significado y peso que posee este tipo de periodismo tan necesario para que se pueda ofrecer una panorámica más amplia de la prensa de una zona más extensa a la que un caso concreto se refiera, así como la personalidad que por sí misma posee.

En definitiva, la historia de la prensa local es importante en función del papel que desempeña en el contexto global y a lo largo de los siglos. Una de las consecuencias de la globalización ha sido el fenómeno de la *glocalización*, la adaptación de las tendencias globales a las circunstancias locales. En ese sentido, se realiza esta propuesta metodológica que aporta una forma de estudiar y comprender la historia de la prensa local desde la perspectiva de la Estructura de la Información, un enfoque que se basa sobre todo en ir más allá de los estudios descriptivos y que pretende ahondar en lo que subyace a los acontecimientos. El punto de partida es el Enfoque Estructural Simple (EES), una herramienta metodológica ampliamente probada en distintos estudios de investigación en España y América Latina para proponer el Enfoque Estructural Complejo (EEC) como método más útil porque huye de la simplificación y pretende comprender la evolución mediática en el sentido más amplio. Se parte de teorías clásicas para adaptarlas a la realidad más reciente, tomando en cuenta autores de referencia y estudios novedosos que abordan el tema<sup>1</sup>.

Sin embargo, quede claro que en este artículo nos limitaremos al EES puesto que el paso más allá hasta desembocar en la complejidad exige una transversalidad disciplinaria que ahora en este caso no se estima necesaria.

## 1. METODOLOGÍA DEL ENFOQUE ESTRUCTURAL SIMPLE (EES)

La Estructura de la Información es la ciencia de la Periodística que se encarga de estudiar los entresijos de la comunicación en general y del periodismo en particular, es decir, lo que hay detrás del mensaje

---

1 Ramón Reig, Rosalba Mancinas-Chávez y Antonia Isabel Nogales-Bocio. "Enfoque estructural complejo: propuesta metodológica desde el periodismo". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 23 (2017): 191-208. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55591>.

mediático<sup>2</sup>. Considera que la Comunicación y el Periodismo —en la vertiente que alcanza a un mayor número de personas— se encuentran en el interior de un universo de intereses propio de la economía de mercado; estima que el empresario de la comunicación invierte en distintos sectores productivos y, siguiendo la lógica del mercado, se diversifica hacia fuera de su razón social, en una dinámica a la vez de concentración y de diversificación del capital. Todo lo anterior influye de manera decisiva sobre la actividad periodística, sobre la opinión pública y sobre la democracia<sup>3</sup>.

En sus vertientes más actuales, la Estructura de la Información indaga en la actividad de los medios de comunicación en internet, en el mensaje y en el campo del pensamiento complejo o transversal<sup>4</sup>.

Desde el punto de vista de los estudios culturales, el enfoque estructural en general, tal y como dijimos en la introducción, se guía por estos basamentos: la perspectiva histórica y el contexto son imprescindibles para comprender un hecho y, derivado de lo anterior, el partidario del enfoque estructural persigue estudiar lo que subyace al hecho<sup>5</sup>.

Ahora bien, lo que subyace al hecho nos lleva desde lo simple a lo complejo. Llamamos Enfoque Estructural Simple (EES) a aquel que no trasvasa los límites de las ciencias sociales y las humanidades. He aquí el que va a ser defendido en este trabajo para el estudio de la prensa local o de proximidad, derivado a su vez de una aplicación de la Estructura de la Información, pero sólo a un nivel más acotado a lo zonal sin que ello signifique la ausencia de un contexto inmediato y también global.

- 
- 2 Ramón Reig y Rosalba Mancinas-Chávez, “Estructura de la información en España. Docencia e investigación”, en *Tendencias en investigación crítica en comunicación. Comprender el poder de los medios hoy*, coords. Julieti-Sussi De Oliveira, Daniel Moya-López y Bianca Sánchez-Gutiérrez (Madrid: Fragua, 2023), 17-33.
  - 3 Esta idea es desarrollada por Xosé López García, *La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio*, (Salamanca: Comunicación Social, ediciones y publicaciones, 2010). También la podemos encontrar en las obras clásicas de la *Economía Política de la Comunicación*: Herbert I. Schiller, *Communications and Cultural domination*, (NY: International Art and Science Press, 1976). Dallas Walter Smythe, *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood, NJ: Ablex Publishing, 1981.
  - 4 Ramón Reig, *Evolución, historia y comunicación en un mundo digital* (Barcelona: Anthropos, 2020); David Hesmondhalgh, *The cultural industries* (London: Sage, 2019); Fernando Martínez Vallvey y Víctor Núñez Fernández, *La comunicación y su estructura en la era digital* (Madrid, CEF, 2016).
  - 5 Muñoz, Blanca. *Cultura y comunicación: Introducción a las teorías contemporáneas* (Madrid: Fundamentos, 2005).

La escuela metodológica que ampara a la Estructura de la Información y a su EES es la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (EPICC). Según establecimos en su momento<sup>6</sup>, basándonos en los preceptos de Mosco<sup>7</sup>, que no utiliza exactamente la expresión EPICC sino *The Political Economy of Communication*, la EPICC entra dentro de estas premisas:

“En un sentido estricto, economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación. Esta formulación tiene un cierto valor práctico porque llama la atención sobre cómo opera el negocio de la comunicación, por ejemplo, cómo los productos comunicacionales transitan a través de una cadena, de productores (como los estudios de Hollywood) a distribuidores, comerciantes y, finalmente, consumidores, cuyas compras, alquileres y atenciones alimentan nuevos procesos de producción. Sin embargo, existe suficiente ambigüedad acerca de lo que constituye un productor, distribuidor o consumidor, como para ser cauteloso con su uso”.

En toda esta dinámica está presente un tráfico comercial con el mensaje que crea o consolida culturas, mentalidades, así como las reacciones actuales de los consumidores ya convertidos en prosumidores gracias a la sociedad digital.

Cuando ya precisamos de otras disciplinas para intentar explicarnos el hecho entramos en el Enfoque Estructural Complejo (EEC) del que, simplemente a modo de orientación, vamos a reflejar unas palabras.

Paulette Barberousse<sup>8</sup> ha seleccionado unas palabras de Edgar Morin que nos dejan claras por sí solas la índole del Enfoque Estructural Complejo (EEC):

“Nunca pude, a lo largo de toda mi vida, resignarme al saber parcelado, nunca pude aislar a un objeto de estudio de su contexto, de sus

6 Ramón Reig, Rosalba Mancinas-Chávez y Antonia Isabel Nogales-Bocio. “Enfoque estructural complejo: propuesta metodológica desde el periodismo”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 23 (2017): 191-208. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55591>.

7 Vicent Mosco, “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11 (2006): 57-79.

8 Paulette Barberousse. “Fundamentos teóricos del pensamiento complejo de Edgar Morin”, *Revista Electrónica Educare*, Vol. XII No. 2 (2008): 95. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194114586009>.

antecedentes, de su devenir. He aspirado siempre a un pensamiento multidimensional. Nunca he podido eliminar la contradicción interior. Siempre he sentido que las verdades profundas, antagonistas las unas de las otras, eran para mí complementarias, sin dejar de ser antagonistas. Nunca he querido reducir a la fuerza la incertidumbre y la ambigüedad”.

Edgar Morin<sup>9</sup> sostiene, además en relación con lo que llamamos EEC: “Desde ahora, no sólo hay que articular la esfera antro-po-social a la esfera biológica, hay que articular una y otra a la esfera física”.

Por supuesto, y como se ha dicho, el EEC queda sin efecto en la metodología que proponemos aquí para el estudio de la prensa local, incluso buena parte de la visión mundial del EES. Lo que nos va a hacer falta sobre todo para indagar en la prensa local van a ser factores del EES ajustados a los objetos de estudio concretos que nos vayan surgiendo. Se trata de considerar a la prensa local, como hasta ahora parte de la estructura global de la información comunicacional-periodística<sup>10</sup>.

## 2. LA GLOCALIZACIÓN

El EES aplicado al estudio de la prensa local o de proximidad exige el empleo del concepto *glocalización* o *glocalize*, que empezó a utilizarse en los años 80 del siglo XX pero que, conforme ha avanzado la globalización, ha ido adquiriendo importancia<sup>11</sup>. La glocalización, a nuestro juicio, y como ya constatamos hace años<sup>12</sup>, es en gran medida un efecto de la incertidumbre psicológica humana, al tiempo que un vector derivado de la pulsión explorativa del humano.

9 Edgar Morin, *El método I: La naturaleza de la naturaleza* (Madrid: ediciones Cátedra, 2001), 23

10 Xosé López García, *La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio*, (Salamanca: Comunicación Social, ediciones y publicaciones, 2010); Xosé López García, *Ciberperiodismo en la proximidad* (Salamanca: Comunicación Social, 2008); Lluís Cucarella, *Retos editoriales de la prensa local en el mundo poscoronavirus*, Observatorio para la Transformación del Periodismo Local. Nextidea, Media Consulting Group. <https://periodismolocal.net/retos-editoriales-de-la-prensa-local-en-el-mundo-poscoronavirus/> (25/06/2020)

11 Robertson, Roland. “Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad” En Cansancio del Leviatán: problemas políticos de la mundialización, ed. Juan Carlos Monedero (Madrid: Trotta, 2003), 261-284.

12 Ramón Reig, *El control de la comunicación de masas. Bases estructurales y psicosociales* (Madrid, Libertarias/Prodhufl, 1995). Rosalba Mancinas-Chávez. *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación*, (Sevilla: Universidad de Sevilla/GREHCCO, 2008).

Así, por una parte, el humano desea saber, explora su entorno para conocer lo que en él ocurre desde lo inmediato hasta lo lejano. Pero, por otra, el avance imparable y frenético de todo el fenómeno globalizador provoca que el receptor se pliegue sobre sus ámbitos más cercanos y sobre sus señas de identidad, ahí es donde posee su gran campo de acción la prensa local que se halla en un amplio contexto nacional e internacional. Lo global y lo local se dan la mano en lo glocal, los grandes medios de comunicación abren ediciones locales, iniciativas locales inauguran medios escritos y audiovisuales y el mundo digital permite pasar de los medios de masas a la masa de medios, como diría Ignacio Ramonet<sup>13</sup>. «El planeta Medios vive una conmoción de una intensidad nunca antes conocida. El impacto del meteorito “Internet”, comparable al que hizo desaparecer a los dinosaurios, está provocando un cambio radical de todo el “ecosistema mediático” y la extinción masiva de diarios de la prensa escrita», escribe Ramonet. Se extingue el papel y se extiende lo digital, pero ¿hasta cuándo? Porque esa masa de medios puede poseer una vida efímera como de hecho ha sucedido tanto con el papel como está sucediendo con lo digital. En 2018, el decano de la prensa sevillana, *El Correo de Andalucía*, dejó de salir en papel después de hacerlo desde finales del siglo XIX e inició su andadura digital como *Elcorreoweb*. Este será el caso que servirá de ejemplo para explicar la metodología que proponemos.

### 3. PROPUESTA METODOLÓGICA A PARTIR DE UN CASO DE ESTUDIO

#### 3.1. Acotación de conceptos: el periodismo local o de proximidad

En toda metodología investigadora es imprescindible que se defina cualquier concepto especialmente significativo que aparezca. En este caso nos estamos centrando en la prensa local.

Iris Royo Guerri<sup>14</sup> sostiene que el periodismo de proximidad propone volver al periodismo de los orígenes, recobrando el valor de lo local que con la rápida extensión de medios masivos se ha ido perdiendo, y en estos últimos años la tendencia está cambiando, ya que, entre otros motivos, los medios se están adaptando a las circunstancias económicas y, por otro

13 Ignacio Ramonet, *La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios* (Madrid: Clave Intelectual, 2011).

14 Iris Royo Guerri, ¿Qué es el periodismo de proximidad? 2003, <https://interactivacav.wordpress.com/2013/10/25/que-es-el-periodismo-de-proximidad/>



lado, están surgiendo nuevos medios locales porque requieren una escasa inversión. Además, ha sido clave el interés cada vez mayor de los ciudadanos por recibir información cercana a su entorno geográfico, noticias, ocio, curiosidades... que les afectan de manera directa, y que los medios convencionales no tienen en cuenta, además de que tienen un acceso más fácil mediante internet (periódicos locales, blogs, páginas oficiales...).

David Caldevilla<sup>15</sup> recoge algunos rasgos que definen las características del periodismo local en los medios convencionales:

- La localización del medio en un lugar físico y delimitado tanto geográfica como jurídicamente y cuyos habitantes reúnan una unicidad cultural y tradicional propias y unos intereses comunes.
- Audiencia local caracterizada por la cercanía entre el ciudadano y las instituciones de gobierno;
- Contenidos elaborados a partir de sucesos sociales, económicos, eventos deportivos, culturales y políticos, de ese espacio limitado;
- Intereses (políticos, económicos y sociales) del medio en el espacio en que se expresa;
- Responsabilidad social del medio con el espacio en el que se encuentra que le obliga a participar o influir activamente en las relaciones.

Estas características se ven modificadas cuando se trata de medios en línea, internet derriba las fronteras espaciales por la capacidad de interconexión, por tanto, la característica esencial para que se considere “local” es que se trata la información desde el punto de vista de la proximidad y el interés del ciudadano, sea cual sea la procedencia de la misma. Es decir, el medio será local, aunque su alcance sea global, porque trata asuntos de interés para una localidad determinada.

15 David Caldevilla, “Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0”. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 18 (2013): 167-168. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93528051013.pdf>

### 3.2. Acotación contextual zonal: la provincia de Sevilla

Una vez aclarado el concepto del carácter local, independientemente del alcance global, el primer paso para estudiar la prensa local, después de aclarar los conceptos, sería hacer acotación espacial. Delimitar hasta donde llega el interés del medio en términos geográficos y temáticos.

La metodología de todo trabajo científico social conlleva, por regla general, una acotación bastante concreta. Proponemos la provincia de Sevilla en este trabajo. Se trata de una zona compuesta con un tamaño superior a los 14.000 kilómetros cuadrados que comprende 106 municipios cuya población está cercana a los dos millones de habitantes.

Evolución demográfica de la provincia de Sevilla y porcentaje con respecto al total de España y Andalucía <sup>13</sup>							
	1900	1910	1920	1930	1940	1950	
Población	555 256	597 031	703 747	805 252	963 044	1 099 374	
Porcentaje Andalucía	15,59%	15,59%	16,65%	17,47%	18,45%	19,61%	
Porcentaje España	2,98%	2,99%	3,29%	3,40%	3,70%	3,93%	
	1960	1970	1981	1991	2001	2011	2020
Población	1 234 842	1 336 667	1 478 352	1 619 703	1 727 603	1 927 109	1 957 197
Porcentaje Andalucía	21,03%	22,31 %	22,95%	23,34%	23,48%	22,90%	23,09%
Porcentaje España	4,04%	3,93%	3,92%	4,17%	4,23%	4,09%	4,14%

**Fuente:** INE, Instituto de Estadística de Andalucía. Estimaciones de población, censos y cifras oficiales de población.

Sobre la prensa local de esta zona existen ya varios trabajos de sumo interés<sup>16</sup>, aunque por ahora insuficientes y mucho más tras la eclosión de la prensa

16 M<sup>o</sup>. Jesús Moscoso, "Estudio de la prensa en Osuna. El Paleta ante los distintos regímenes políticos de la España de 1902 a 1936", Tesis de doctorado, Universidad de Sevilla, 2017; Manuel Ruiz Romero, *La Ilustración Regional (1974-1976): una revista para la Transición andaluza*. Sevilla: ICAS, 2013; Antonio Checa, *Historia de la prensa andaluza* (Sevilla, Alfar, 2011); Ramón Reig (director) y Concha Langa Nuño (coordinadora). *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*, (Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011). Concha Langa Nuño. *De cómo se improvisó el franquismo durante la Guerra Civil: la aportación del ABC de Sevilla*. (Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2007). Antonia González, *Estepa y sus Medios de Comunicación Social. Periódicos, revistas y emisoras entre 1882 y 1995* (Sevilla: Diputación Provincial de Sevilla, 2000); José Álvarez Marcos. *Sevilla y el periodismo multimedia. (La experiencia pionera de Diario Expo 92)* (Sevilla: Padilla libros editores & librerías, 2000). Ramón Reig y María José Ruiz Acosta (coordinadores). *Sevilla y su prensa (1898-1998)* (Sevilla: GREHCCO/Universidad de Sevilla, 1998); Antonio Checa Godoy, Carmen Espejo Cala, y María José Ruiz Acosta (Coordinadores). *Abc de Sevilla, un diario y una ciudad. Análisis de un modelo de periodismo local*, Sevilla, Abc/Secretariado de Publicaciones, Universidad de Sevilla, 2007.

nativa digital. Téngase en cuenta que la provincia cuenta con auténticas ciudades históricas como Osuna, Carmona, Écija o Dos Hermanas, éste última, “pegada” a Sevilla capital (casi 700.000 habitantes), supera o iguala en población (más de 130.000 habitantes) a ciudades andaluzas capitales de provincia como Jaén o Huelva. Por su parte, Osuna llegó a tener universidad propia, ahora adscrita a la Universidad de Sevilla.

Asimismo, en el cinturón metropolitano de Sevilla se vienen produciendo numerosas iniciativas periodísticas locales que están por estudiar desde la academia en casi su totalidad, lo cual se une a iniciativas en otras zonas de la provincia que, por otra parte, es preciso deslindar en nuestra acotación.

### **3.3. La división del objeto de estudio: comarcas/zonas sevillanas**

Para facilitar el desarrollo de una investigación de la prensa de proximidad en la provincia de Sevilla proponemos una división que nos lleva a una acotación deductiva por medio de tres subzonas:

1. Comarcas.
2. Pueblos de cada comarca.
3. Capital de provincia.

Depende de la ambición investigadora de cada cual, por supuesto, y de la carga de objetos de estudio que pueda hallar en su fase documental el investigador. A veces será posible abarcar una sola comarca por su limitada actividad en prensa local -tanto en lo referente a su perspectiva histórica como en lo tocante a la actualidad- mientras que en otras ocasiones se verá conveniente subdividir la indagación en una comarca ya que Sevilla cuenta con comarcas muy pobladas y con alta carga histórica frente a otras con menor peso como pueden ser las sierras norte y sur. La provincia de Sevilla se divide en las siguientes comarcas que, a su vez, comprenden en su interior esos 106 municipios ya señalados:

- El Aljarafe.
- Bajo Guadalquivir.
- Campiña de Carmona.

- Campiña de Morón y Marchena.
- Comarca Metropolitana de Sevilla.
- Comarca de Écija.
- Sierra Norte.
- Sierra Sur.
- Vega del Guadalquivir.

Sólo la ciudad de Sevilla es ya una fuente de documentación sobre nuestro tema. Sin embargo, al estar más estudiada, recomendamos una diversificación provincial de las indagaciones.

### 3.4. Contexto mediático de la prensa local

Se trata de un contexto triple: regional, nacional y mundial, en una escala inductiva que bien puede invertirse. Como el resultado o núcleo central de la investigación debe ser el estudio de caso o zona elegida, sugerimos que esta contextualización -que puede ser histórica o no, más o menos histórica, depende de la temática escogida- se concrete de forma breve, constatando los puntos clave de la temática y sin perder nunca de vista el objeto central de estudio.

El contexto mundial y nacional está descrito y analizado en no pocas publicaciones<sup>17</sup>. En cambio, el contexto regional andaluz está muy poco estudiado. En nuestra opinión, sólo destaca un grupo mediático de origen netamente andaluz con una gran trayectoria histórica: el Grupo Joly que ofrece estas características:

- Orígenes en *Diario de Cádiz* (1867); *Europa Sur*, *Diario de Jerez*, *Diario de Sevilla*, *El Día de Córdoba*, *Granada Hoy*, *Málaga Hoy*, *Huelva Información* (que adquirió a Prensa Española-Vocento), entre otros.
- Posee buenas relaciones con el grupo Prisa, cuya división de distribución promueve los diarios de Joly.

---

17 Ramón Reig, *Evolución, historia y comunicación en un mundo digital* (Barcelona: Anthropos, 2020); David Hesmondhalgh, *The cultural industries* (London: Sage, 2019); Fernando Martínez Vallvey y Víctor Núñez Fernández, *La comunicación y su estructura en la era digital* (Madrid, CEF, 2016); José Vicente García Santamaría, *Los grupos multimedia españoles* (Barcelona, UOC, 2016); Ignacio Ramonet, *La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios* (Madrid: Clave Intelectual, 2011).

- Accionista minoritario de la agencia Colpisa (Vocento es el propietario principal).
- En 2012 Planeta se hizo con el 11% de su accionariado. Este hecho ha sufrido modificaciones en la actualidad.
- En 2020 se une al Grupo Henneo para crear la productora Séneca Audiovisual.
- El origen del Grupo Joly está en Cádiz en 1867. Edita nueve cabeceras en Andalucía, lo que le convierte tanto en el soporte papel como en el digital en una referencia imprescindible en la comunidad andaluza.
- Henneo tiene sus raíces en 1895 con la publicación de ‘Heraldo de Aragón’ y desde hace unos años ha evolucionado en todo el territorio nacional con cabeceras como ‘20 Minutos’ o la Información.com, entre otras. Cuenta a su vez con dos potentes áreas de negocio como son la Audiovisual y la Tecnológica<sup>18</sup>.

Hay otros grupos significativos como el Grupo Mallou o Publicaciones del Sur que en 2013 celebró sus 25 años de existencia. Está especializado en prensa gratuita. Su accionista de referencia es José Antonio Mallou. *El Periódico del Guadalete*, nacido en 1988, fue el germen de un grupo que pronto comenzaría a expandirse por la provincia de Cádiz para poco a poco llegar al resto de Andalucía<sup>19</sup>.

### 3.5. La combinación entre academia y profesión

Este subapartado -y alguno más de los que figuran a continuación- es de gran interés porque nos va a permitir ampliar la visión sobre la prensa-comunicación local o de proximidad, utilizando como fuentes primarias a profesionales del periodismo -en esta ocasión en activo- puesto que la simbiosis entre universidad y profesión es imprescindible, desde

18 Infoperiodistas. Henneo y Joly crean Séneca Audiovisual <https://www.infoperiodistas.info/noticia/24714/Henneo-y-Joly-crean-Seneca-Digital> (09/10/2021).

19 Juan Luis Valenzuela, El grupo “Publicaciones del Sur” celebra su 25 aniversario, [https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/el-grupo-publicaciones-del-sur-celebra-su-25-aniversario\\_63012102](https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/el-grupo-publicaciones-del-sur-celebra-su-25-aniversario_63012102) (10/10/2021).

nuestro punto de vista. Fuentes documentales académicas y profesionales -ambas en todas sus dimensiones- deben constituir la base que imprima rigor científico a un trabajo de estas características.

Elena Puértolas, directora del *Diario del Alto Aragón* define el periodismo local como “un periodismo de rostro y nombre propio” y reivindica su papel como vehículo para entender el entorno más cercano, afirmando que «el periodismo local genera cohesión, ayuda al territorio y fomenta la verdad»<sup>20</sup>.

El argumento que prevalece en la defensa del periodismo local es su valor como herramienta de desarrollo social y su importancia para contar realidades desde el ámbito de interés más cercano. En ese sentido, Chema López Juderías, director del *Diario de Teruel*, explica que una mirada más cercana a la España interior muestra una realidad diferente a los estereotipos que se muestran en diarios generalistas.

En el caso de la prensa local han confluído dos crisis: la económica y la del papel. Estas crisis han provocado que grandes grupos de comunicación cierren sus ediciones, redacciones y cuadernillos sobre información local y despidan a sus redactores para ahorrar costos. Así actuaron *El Mundo* (Grupo Unedisa) o *El País* (Grupo Prisa), al tiempo que las páginas de diarios locales disminuían, como es el caso de *Abc de Sevilla* (Grupo Vocento) y *Diario de Sevilla* (Grupo Joly).

El periodismo local es un periodismo de cercanía porque lo mismo lleva a cubrir sucesos que eventos culturales como conciertos o plenos del ayuntamiento. Es una información de interés para la ciudadanía por su carácter práctico, además de cercano.

Abraham Ceballos<sup>21</sup> ha recopilado opiniones de profesionales del periodismo. El periodista José María Izquierdo, de la Cadena SER, estima que “en el periodismo local y regional es posible sobrevivir”, aunque

20 Jorge del Río y Gabriela Escobar. “El periodismo local genera cohesión, ayuda al territorio y fomenta la verdad”. *El Mundo*, 24/03/2022. <https://www.elmundo.es/television/2022/03/24/623cb6efe-4d4d842508b457e.html>

21 Abraham Ceballos, El periodismo local y regional como sinónimo de futuro, Andalucía Información: <https://andaluciainformacion.es/sevilla/787202/el-periodismo-local-y-regional-como-sinonimo-de-futuro/>, 9/11/2018.

bajo la advertencia de que no lo hará en papel impreso, ya que “está condenado a muerte”. Lo que en su opinión no debe cambiar es la forma de ejercer la profesión: “El periodismo es investigar, jerarquizar las informaciones”, frente a la avalancha informativa que se vive hoy día, en muchos casos carente de control.

Ceballos recoge otros análisis profesionales. Ana Romero, otra periodista destacada, gaditana y licenciada en Ciencias de la Información por la madrileña Universidad Complutense, es categórica: “El futuro es la prensa local y regional, y reivindicó lo local porque ahí se encuentra la esencia del periodismo. El periodismo al que aspirábamos cuando nos marchamos a Madrid ya no existe”, por lo que “veo la pervivencia de dos o tres periódicos nacionales, de calidad, y un brillante futuro en la prensa local y regional”, pero en el que “los lectores tendrán que pagar”. Fernando Santiago, reputado periodista gaditano, defiende el peso de la prensa local, pero sin darle tanta importancia a la política, “porque hay otros contenidos que interesan más a la gente”, en su opinión.

Algunos hechos parecen darle la razón a Ana Romero y a los demás defensores de la prensa local. Los medios locales de España son los que más han crecido en toda Europa desde que empezó la cuarentena de la primavera de 2020 por la Covid-19, según los datos de Comscore. El incremento es del 158%. En la semana del 16 al 22 de marzo, en comparación con la semana del 30 de diciembre de 2019 al 5 de enero de 2020 las visitas a sitios web de noticias o aplicaciones móviles de medios locales aumentó un 125% en Francia; un 101% en Alemania; un 105% en Italia; un 158% en España y un 45% en el Reino Unido.

Los medios generalistas crecieron de media en España, en cuanto a visitas, un 87%. En los otros países, dentro de los medios generalistas, el aumento de visitas ha sido de un 68% en Francia; un 57% en Alemania; un 125% en Italia, un 87% en España y un 51% en el Reino Unido<sup>22</sup>.

22 Observatorio para la transformación del periodismo local, Coronavirus: los periódicos locales de España, los que más crecen de Europa, <https://periodismolocal.net/coronavirus-periodicos-locales/>, 3/5/2020.

### 3.6. La acotación temporal

El siguiente paso sería la delimitación del objeto de estudio en el tiempo, la determinación de la etapa a la que corresponde el desarrollo de la cabecera que estamos estudiando. Este dato es importante porque en el Enfoque Estructural Simple (EES) el contexto político, económico y social es fundamental para comprender la evolución de la prensa. Para establecer una acotación temporal de estudio e investigación de la prensa local en Sevilla nos basaremos en la obra de Antonio Checa *Historia de la prensa andaluza* en su edición de 2017. Dicha obra, como es lógico, arranca en el siglo XIX, momento en el que empezamos a asistir al nacimiento de la llamada prensa de masas. Desde ese instante histórico hasta la actualidad se pueden ir *subacotando* las investigaciones.

No obstante, el profesor Checa utiliza una perspectiva histórica acudiendo a los orígenes, a lo que podríamos llamar proto-prensa, concretada a partir del siglo XV con el nacimiento de la imprenta, las relaciones de hechos y las gacetas, todo ello sin olvidar la importancia de la Ilustración en el siglo XVIII.

### 3.7. Tipos de cabeceras

Proponemos asimismo que se distinga entre los tipos de cabecera de la prensa local, en concreto, algunos parámetros orientativos para determinar esta tipología son:

- Periodicidad.
- Diario o revista.
- Temática.
- Ideología o confesión.
- Papel y/o digital.

Además de esos rasgos generales, que serán más fáciles de indagar por su evidencia, este apartado se completa con información de especial importancia para el EES, como es la información de la propiedad del medio de comunicación. El primer dato es describir quiénes son los dueños/accionistas, si pertenece a un grupo de comunicación o es un medio independiente. Luego es necesario seguir el rastro de esos dueños/accionistas



para indagar si poseen otros negocios diferentes a la comunicación, que es lo habitual en este momento del siglo XXI que estamos atravesando. Otro dato fundamental es el alcance que tiene, para ello es necesario comprobar la difusión, la tirada si es en papel, las visitas si es en versión digital o la suma de ambas si posee ambas versiones. Para terminar el análisis externo será interesante comprobar las alianzas con otros medios o sectores de producción. Finalmente se hará un análisis interno, comprobando la composición de la redacción, si tiene periodistas contratados o se alimenta de colaboraciones gratuitas, otro rasgo habitual en este tipo de prensa. Finalmente se recomienda hacer un análisis de los contenidos, los géneros y estilos periodísticos empleados, la publicidad y otros aspectos que ayuden a determinar el tipo de medio de comunicación que estamos estudiando.

### 3.8. De las imprentas y rotativas a lo digital.

Antes recogíamos las palabras del periodista José María Izquierdo, según las cuales la prensa local sobrevivirá a pesar de las crisis que ha soportado y soporta, si bien saldrá adelante “bajo la advertencia de que no lo hará en papel impreso, ya que “está condenado a muerte”.

Royo Guerri<sup>23</sup> ve así la evolución de la prensa local hasta llegar a la digitalización:

“En el contexto de crisis, el periodismo local se ha visto muy favorecido por la reducción de inversión en recursos humanos y materiales que exige el periodismo escrito, ya que los medios digitales requieren menos personas y medios, gracias a Internet una misma persona puede llevar a cabo todo el proceso de trabajo, pudiendo reducir cuantitativamente la plantilla.

Una misma persona puede recopilar la información, redactarla y difundirla mediante Internet, consiguiendo a su vez, llegar a un mayor número de gente posible. Por lo tanto, el papel del periodista local es más recurrido, y se trata de personas que han de ser multimediales y tener conocimientos amplios que abarquen todo el abanico de posibilidades para poder estar al día de los acontecimientos más importantes de la zona y saber contactar con los ciudadanos, gracias a una mayor interactividad que ofrecen los medios digitales”.

23 Iris Royo Guerri, ¿Qué es el periodismo de proximidad? 2003, <https://interactivacav.wordpress.com/2013/10/25/que-es-el-periodismo-de-proximidad/>

Para Xosé López García<sup>24</sup> el ciberperiodismo ha revitalizado el periodismo de proximidad. La aparición de los cibermedios en la década de los noventa del siglo XX, además de contribuir a la ampliación de la oferta informativa de proximidad y a establecer vías de participación ciudadana, ha abierto nuevos horizontes para el periodismo local, con oportunidades y amenazas. La difusión mundial de los cibermedios ha supuesto no sólo la ruptura de la barrera en la proyección pública y en la distribución de los productos, sino que ha obligado a repensar lo que debemos entender por local en una sociedad donde la Comunicación, además de la tendencia a lo cercano, también muestra otra simultánea tendencia a lo mundial. La dimensión local, un factor básico y permanente del periodismo, recupera, por tanto, protagonismo de la mano de la red de redes.

Ahora bien, la puntualización que nos constata el profesor López García en otra de sus obras<sup>25</sup> es clave y va siendo hora de analizar a fondo si se está cumpliendo: “Con independencia de las conexiones y de la calidad de las autopistas de la información, el periodismo estará con calidad en todos los soportes si los sectores ciudadanos más dinámicos y los periodistas unen esfuerzos para alcanzar este objetivo. El espacio existe y nuestro reto es aprovecharlo y mostrar con ejemplos que otro periodismo es posible, con red o sin red”.

Un ejemplo de unir fuerzas entre ciudadanos y periodistas es el que sigue, según informa el Observatorio para la Transformación del Periodismo Local<sup>26</sup>. Dar información que ayude a resolver las principales preocupaciones cotidianas o temporales de los lectores se erige como una medida que puede implementarse con éxito en los medios de proximidad.

Es la apuesta que ha llevado a cabo un medio de comunicación del sur de California, concretamente la emisora de radio KPCC (que forma parte de una organización sin ánimo de lucro), que puso en marcha un

24 Xosé López García. *Ciberperiodismo en la proximidad*. (Salamanca: Comunicación Social, 2008).

25 Xosé López García, *La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio*, (Salamanca: Comunicación Social, ediciones y publicaciones, (2010).

26 Observatorio para la transformación del periodismo local, *El experimento de un medio de California: listas de preocupaciones que envían y votan los lectores y después se cubren* <https://periodismolocal.net/el-experimento-de-un-medio-de-california-listas-de-preocupaciones-que-envian-y-votan-los-lectores-y-despues-se-cubren/> (30/4/2020).

servicio mediante el cual los oyentes envían a la web preguntas sobre temas locales que les preocupan, generalmente temporales. En plena crisis por la pandemia de Covid, por ejemplo, había preguntas que iban desde cómo obtener ayuda financiera local para mantener los puestos de trabajo locales durante la pandemia hasta si había servicios locales de embalsamiento de cuerpos para los fallecidos por el Covid-19 y si era afirmativo, cómo era el proceso, pasando por preguntas sobre recogida de basura, solicitud de coberturas informativas sobre riesgos locales de incendio, etc.

Las preguntas van a un repositorio en el que los propios lectores registrados los votan en función del interés público, coincidencia de intereses particulares, etc. Los que llegan más alto en la lista, si son realmente de interés colectivo y tienen trascendencia, son cubiertos por los reporteros y forman parte de los informativos. Aquellas preguntas más cortas se contestan directamente por los redactores, por ejemplo, en temas de servicios públicos.

Ceballos<sup>27</sup>, recoge unas impresiones del periodista y profesor de la Universidad de Málaga Teodoro León Gross quien observa “una etapa dorada desde lo digital”, así como la “oportunidad” del ámbito local, porque “es donde puedes ser diferente”, aunque concluyó que “el próximo periodismo local no se parecerá al conocido”.

Google es una multinacional que se ha caracterizado en los últimos tiempos por aportar ayudas a los medios locales para que impulsen redacciones digitales. Cinco mil trescientas redacciones locales pequeñas y medianas de todo el mundo han recibido fondos que van desde los cinco mil hasta los 30.000 dólares para hacer frente al impacto de la COVID-19, merced al Fondo de ayuda de emergencia para periodismo, que Google lanzó en abril de 2020. En las dos primeras semanas desde que se publicó la primera convocatoria, se presentaron más de 12.000 solicitudes de 140 países. El 90 por ciento de esas solicitudes procedían de redacciones de menos de 26 periodistas.

27 Abraham Ceballos, El periodismo local y regional como sinónimo de futuro, Andalucía Información: <https://andaluciainformacion.es/sevilla/787202/el-periodismo-local-y-regional-como-sinonimo-de-futuro/>, 9/11/2018

“Revisamos cada aplicación según un conjunto de criterios: publicaciones que operan localmente, que atienden a una comunidad geográfica específica y utilizan el dinero para continuar haciéndolo. Más de 300 trabajadores de Google unieron fuerzas para verificar los envíos y en todo el mundo realizamos docenas de seminarios web y horas de oficina para responder preguntas y guiar a las personas a través del proceso”, indican desde Google.

Alrededor del 50 por ciento de las solicitudes no cumplieron con los criterios establecidos públicamente, fundamentalmente porque no se dedicaban en su mayor parte a la información social sino a estilo de vida o deportes, o porque se solicitaban para periódicos en los que trabajaba una sola persona<sup>28</sup>.

Lluís Cucarella<sup>29</sup> en un dossier que ha elaborado sobre el rumbo que debe seguir la prensa local postpandemia, destaca los puntos siguientes con vistas al futuro de este tipo de periodismo:

- Los periódicos locales corren el riesgo de desaparecer tal como los conocemos, debido a la crisis financiera que arrastran desde hace años y a la lentitud a la hora de tomar medidas existenciales
- La pandemia puede acabar de dar la puntilla a los periódicos de proximidad o ayudarlos a transformarse. Pero para sobrevivir deben tomar decisiones que han soslayado hasta ahora, y adelantarse y adaptarse sin demora para dar respuesta a los nuevos hábitos que nacen a raíz del impacto del COVID-19.
- Periodismo de soluciones, periodismo colaborativo, ampliar el espectro de productos y salir de su propio límite como fábricas de noticias y situarse en mitad de las comunidades ya creadas y servirles, son algunos de los caminos que deben tomar los periódicos locales para responder a los nuevos retos sociales.

---

28 Observatorio para la transformación del periodismo local, Más de 5.300 redacciones de medios locales de todo el mundo se han acogido a las ayudas de Google, <https://periodismolocal.net/mas-de-5-300-redacciones-de-medios-locales-se-han-acogido-a-las-ayudas-de-google/>, 29/5/2020.

29 Lluís Cucarella, Retos editoriales de la prensa local en el mundo poscoronavirus, Observatorio para la Transformación del Periodismo Local. Nextidea, Media Consulting Group. <https://periodismo-local.net/retos-editoriales-de-la-prensa-local-en-el-mundo-poscoronavirus/> (25/06/2020)

- Los medios locales, además, deben desempeñar un papel fundamental en la sociedad pospandemia, favoreciendo las relaciones sociales, que tardarán en volver a la normalidad, tanto en el plano personal como profesional. Los eventos online, entre otros servicios, deben ser capitalizados por los periódicos locales.
- La sociedad pospandemia, aunque los cambios al final sean menores de los esperados, sí necesitará de nuevos proyectos y tendrá nuevas reivindicaciones. El periódico local debe liderar esas aspiraciones siempre que sean positivas para todos, y no quedarse en una falsa equidistancia por un mal entendido sentido de la neutralidad.
- Es necesario empezar a implantar sistemas de conocimiento del usuario, como primer paso para establecer modelos de negocio basados en los ingresos de la audiencia y centrar más la estrategia editorial. Hay medios locales que con costes relativamente bajos ya segmentan usuarios por códigos postales y saben qué consumen, qué les preocupa y cuáles son sus hábitos.
- Aprovechando el gran trabajo desarrollado en general durante el confinamiento por los medios de comunicación locales, son necesarias campañas de continuidad para seguir poniendo en valor el periodismo local y lo que puede aportar a una ciudad (y lo que se pierde sin medios locales), pero estas campañas serán inútiles si esta inercia de periodismo de calidad, de soluciones y constructivo, que muchos periódicos locales han desarrollado durante el confinamiento, se deja sólo para las grandes crisis y no se continúa.
- Hay futuro para el periodismo local, pero debe aprovechar este cambio de hábitos para cambiar el modelo y tomar decisiones, no mañana ni pasado, sino ya.

En este punto de la metodología corresponde analizar los orígenes y desarrollo del medio que estamos estudiando, la perspectiva histórica.

## CONCLUSIONES

La prensa local o de proximidad se deriva de la pulsión innata exploradora del ser humano por conocer tanto su entorno inmediato como remoto. Asimismo, tiene que ver con el fenómeno glocal, consistente en que, ante la incertidumbre psicológica que crea la velocidad y el vértigo de la globalización del mundo, el humano busca “refugio” en los hechos más cercanos a su persona y se retrotrae con más intensidad hacia sus señas culturales de identidad. La prensa local le ofrece la posibilidad de ser protagonista de la noticia, de sentir que forma parte de esa actualidad periodística que se está narrando.

La prensa local no sólo posee importancia y permanencia por lo anterior, sino que se ha convertido en una salida laboral para los profesionales de la comunicación y el periodismo. Sin embargo, tiene ante sí el desafío digital y también el de no encerrarse excesivamente en lo local, sino abordar el acontecer nacional e internacional desde la perspectiva local, considerando siempre cómo afecta a la realidad más cercana, para cumplir con ese carácter de utilidad que el ciudadano busca en los medios locales.

Por todo lo anterior, es de indudable importancia que sea investigada académicamente por medio del Enfoque Estructural Simple (EES) como mejor herramienta metodológica. Los pasos a seguir, según lo expuesto en el artículo serían:

- Acotación de conceptos
- Acotación contextual zonal
- Acotación temporal
- División del objeto de estudio
- Contexto mediático de la prensa local
- La combinación entre academia y profesión. Los periodistas como fuente primaria de información.
- Tipos de cabeceras
- De las imprentas y rotativas a lo digital.

Siguiendo estas pautas podremos tener una visión panorámica del medio de comunicación local que se elija como objeto de estudio. La acotación contextual de la zona como el contexto mediático de la prensa local serán fundamentales para que la investigación sea considerada dentro del enfoque estructural simple (EES) en el que se parte del convencimiento de que el contexto determina los contenidos de la información. El punto siete referente al tipo de cabeceras será también fundamental para comprender con una mirada holística el medio de comunicación estudiado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Marcos, José. Sevilla y el periodismo multimedia. (La experiencia pionera de Diario Expo 92). Sevilla: Padilla libros editores & librerías, 2000.
- Barberousse, Paulette. “Fundamentos teóricos del pensamiento complejo de Edgar Morin”, Revista Electrónica Educare, XII, 2 (2008): 95 - 113 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194114586009>.
- Caldevilla, David. “Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0”. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 18 (2013): 165-176. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93528051013.pdf>
- Ceballos, Abraham, El periodismo local y regional como sinónimo de futuro, Andalucía Información: <https://andaluciainformacion.es/sevilla/787202/el-periodismo-local-y-regional-como-sinonimo-de-futuro/>
- Checa Godoy, Antonio. Historia de la prensa andaluza, Sevilla, Alfar, 2011.
- Checa Godoy, Antonio, Espejo Cala, Carmen, Ruiz Acosta, María José (Coordinadores). Abc de Sevilla, un diario y una ciudad. Análisis de un modelo de periodismo local, Sevilla, Abc/Secretariado de Publicaciones, Universidad de Sevilla, 2007.
- Cucarella, Lluís. Retos editoriales de la prensa local en el mundo poscoronavirus, Observatorio para la Transformación del Periodismo Local. Nextidea, Media Consulting Group. <https://periodismolocal.net/retos-editoriales-de-la-prensa-local-en-el-mundo-poscoronavirus/>
- García Santamaría, José Vicente. Los grupos multimedia españoles. Barcelona: UOC, 2016.
- González, Antonia. Estepa y sus Medios de Comunicación Social. Periódicos, revistas y emisoras entre 1882 y 1995. Sevilla: Diputación Provincial de Sevilla, 2007.
- Hesmondhalgh, David. The cultural industries. London: Sage, 2019.
- Infoperiodistas. Henneo y Joly crean Séneca Audiovisual <https://www.infoperiodistas.info/noticia/24714/Henneo-y-Joly-crean-Seneca-Digital>.

- Langa Nuño, Concha. De cómo se improvisó el franquismo durante la Guerra Civil: la aportación del ABC de Sevilla. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2007.
- López García, Xosé. La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. Salamanca, Comunicación Social, 2010.
- López García, Xosé. Ciberperiodismo en la proximidad. Salamanca: Comunicación Social, 2008.
- Mancinas-Chávez, Rosalba. El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación, Sevilla, Universidad de Sevilla/GREHCCO, 2008.
- Martínez Vallvey, Fernando y Núñez Fernández, Víctor. La comunicación y su estructura en la era digital. (Madrid: CEF, 2016).
- Morin, Edgar. El método I: La naturaleza de la naturaleza. Madrid: ediciones Cátedra, 2001.
- Mosco, Vincent “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11 (2006): 57-79.
- Moscoso, M<sup>a</sup>. Jesús, “Estudio de la prensa en Osuna. El Paleta ante los distintos regímenes políticos de la España de 1902 a 1936”, Tesis de doctorado, Universidad de Sevilla, 2017.
- Muñoz, Blanca. Cultura y comunicación: Introducción a las teorías contemporáneas. Madrid: Fundamentos, 2005.
- Observatorio para la transformación del periodismo local, Coronavirus: los periódicos locales de España, los que más crecen de Europa, <https://periodismolocal.net/coronavirus-periodicos-locales/> 03/05/2020.
- Observatorio para la transformación del periodismo local, Más de 5.300 redacciones de medios locales de todo el mundo se han acogido a las ayudas de Google, <https://periodismolocal.net/mas-de-5-300-redacciones-de-medios-locales-se-han-acogido-a-las-ayudas-de-google/>, 29/5/2020.
- Ramonet, Ignacio. La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios. Madrid: Clave Intelectual, 2011.
- Reig, Ramón y Mancinas-Chávez, Rosalba. “Estructura de la información en España. Docencia e investigación”. En Tendencias en investigación crítica en comunicación. Comprender el poder de los medios hoy. Coordinado por Julieti-Sussi De Oliveira, Daniel Moya-López y Bianca Sánchez-Gutiérrez. Madrid: Fragua, 2023, 17-33.
- Reig, Ramón. Evolución, historia y comunicación en un mundo digital. Barcelona: Anthropos, 2020.



- Reig, Ramón; Mancinas-Chávez, Rosalba; Nogales-Bocio, Antonia-Isabel. “Enfoque estructural complejo: propuesta metodológica desde el periodismo”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 23 (2017): 191-208. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55591>.
- Reig, Ramón (director) y Langa Nuño, Concha (coordinadora). *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*, Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011.
- Reig, Ramón y Ruiz Acosta, M<sup>a</sup>. José (coordinadores). *Sevilla y su prensa (1898-1998)*, Sevilla; GREHCCO/Universidad de Sevilla, 1997.
- Reig, Ramón. *El control de la comunicación de masas. Bases estructurales y psicosociales*. Madrid, Libertarias/Prodhufi, 1995.
- Robertson, Roland. “Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad” En *Cansancio del Leviatán: problemas políticos de la mundialización*, editado por Juan Carlos Monedero. Madrid: Trotta, 2003, 261-284.
- Royo Guerri, Iris, ¿Qué es el periodismo de proximidad? 2013, <https://interactivacav.wordpress.com/2013/10/25/que-es-el-periodismo-de-proximidad/>
- Ruiz Romero, Manuel. *La Ilustración Regional (1974-1976): una revista para la Transición andaluza*. Sevilla: ICAS, 2013.
- Schiller, Herbert I., *Communications and cultural domination*, White Plains, NY, International Art and Science Press, 1976.
- Smythe, D.W. (1981), *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood, NJ: Ablex Publishing, 1981.
- Valenzuela, Juan Luis, El grupo «Publicaciones del Sur» celebra su 25 aniversario, [https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/el-grupo-publicaciones-del-sur-celebra-su-25-aniversario\\_63012102](https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/el-grupo-publicaciones-del-sur-celebra-su-25-aniversario_63012102)

---

**Para citar este artículo:** Rosalba Mancinas-Chávez y Ramón Reig. “El estudio de la prensa local desde el enfoque de la Estructura de la Información. Propuesta metodológica”, *Historia Caribe* Vol. XIX No. 44 (Enero-Junio 2024): 153-177. DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3897>