

Periodismo especializado en turismo en la prensa andaluza durante la pandemia del COVID-19

Álvaro López-Martín y Alba Córdoba-Cabús

Universidad de Málaga (España)

alvarolopezmartin@uma.es y albacordoba@uma.es

La caída del turismo internacional en España como consecuencia del COVID-19 ha hecho que los desplazamientos nacionales se conviertan en la gran esperanza del sector para paliar los perjuicios económicos. Los medios de comunicación juegan un papel primordial en esta “recuperación”, ya que se les considera constructores de la marca del destino (Barreth y Proaño, 2019; Castillo et al., 2020; Pastor y Paniagua, 2020). Mediante un análisis de contenido de las informaciones sobre turismo (n=90) publicadas en diarios locales de tres de las provincias más turísticas de la costa andaluza —*Diario de Cádiz*, *Málaga Hoy* y *Diario de Almería*— se pretende examinar las características de estas piezas y profundizar en la proyección turística en la prensa. Los resultados muestran la transversalidad de este asunto, localizándose en distintas secciones del periódico. Si bien existen diferencias en el proceso productivo, un rasgo definitorio común es la incidencia de datos o cifras —principalmente relativas a tasas de reservas y ocupación— en las piezas. En ellas los asuntos que más interés suscitan son las informaciones sobre playas y las limitaciones impuestas para el turismo internacional. A su vez, a través de distintos géneros ofrecen una visión positiva y fomentan destinos de la provincia.