

## **La recerca en comunicació en el País Valencià**

---

Sociologia de la comunicació

*per Rafael Xambó,*  
professor de sociologia  
de la Universitat de València

*i Emma Gómez Nicolau,*  
llicenciada en periodisme i doctoranda en sociologia  
de la Universitat de València

## Resum

L'article ressegueix les investigacions en sociologia de la comunicació que s'han realitzat durant les darreres dècades en la sociologia valenciana. La perspectiva que s'adopta es limita a l'àmbit acadèmic i a l'àrea de coneixement. Es considera també que molts dels treballs tractats en altres articles d'aquest monogràfic cauen de ple en el camp de la sociologia de la comunicació.

Després de situar els orígens del camp d'investigació i les aportacions de la primera generació de sociòlegs valencians, l'article assenyalava les principals aportacions de recerca que s'han realitzat a partir de la tesi doctoral de R. Xambó sobre el sistema comunicatiu valencià. S'han seleccionat els millors treballs de recerca i s'han organitzat en les tres àrees que han centrat l'interès dels investigadors i investigadores, ço és: estudis locals, estudis de notícies, i anàlisi estructural i interpretativa dels públics.

## Sociological Studies on Communication

### Abstract

This article traces sociological studies on communication that have been carried out in Valencian sociology departments in recent decades. The perspective adopted is limited to academics and knowledge transfer. The authors consider that much of the work described in other articles of the present monograph also falls under the category of sociological study of communication.

After describing the origins of this area of research and the contributions of the first generation of Valencian sociologists, the article covers the main points of R. Xambó's doctoral dissertation on the Valencian communication system. From this corpus of material, the best research has been selected and organized, according to the interest of the authors, into three areas: local studies, news studies, and structural and interpretive analysis of the public.

### 1. Introducció<sup>1</sup>

La primera generació de sociòlegs valencians es va ocupar molt tanquencialment d'aspectes relacionats amb la sociologia de la comunicació. La sociologia valenciana naix de la resposta de les noves generacions a la convocatòria de Joan Fuster (1962) per tal de conèixer millor la societat valenciana. Les ciències socials experimentaran a partir d'aquell moment, i en el context dels canvis socials que s'hi estaven produint, una notable empenta. L'economia, la historiografia, la sociologia i l'antropologia seran les disciplines que més se'n beneficiaran.

1. Atès l'ampli ventall d'articles que es publiquen en aquest monogràfic —molts dels treballs que s'esmenten i comenten al llarg del monogràfic cauen de ple en el camp de la sociologia de la comunicació—, hem hagut de remetre'ns a una definició operativa de caràcter reductiu, per la qual cosa en aquest article ens limitarem als treballs que s'han realitzat des de la sociologia acadèmica.

Quant a la sociologia, Josep Picó la va considerar una sociologia-resposta a la realitat política i social del moment històric (1960-1980), la qual trobava caracteritzada pels problemes i les contradiccions del tardocapitalisme que afectaven una societat en vies d'industrialització i modernització, ofegada pels condicionaments ideològics dels últims anys de la dictadura, i que arrossegava un problema històric d'opressió cultural (nacional). Entén Picó que la sociologia d'aquesta primera hora es trobava travessada per un punt de mira central que és l'anàlisi de la dominació en tres nivells: socioeconòmic, ideologicocomunicatiu i polític. Al primer, correspondrien els estudis sobre les classes socials que realitzaren Damià Mollà (1979) i Josep Picó (1976 i 1977). Al segon, els treballs de Rafael Lluís Ninyoles (1969 i 1975), Josep Vicent Marqués (1974) i Salvador Salcedo (1974). I al tercer, confluïrien tots plegats en la denúncia de la dominació i del poder des d'una postura crítica.

Convé subratllar que en els treball que corresponen a allò que Picó anomena nivell ideologicocomunicatiu, el centre d'atenció dels autors és el conflicte lingüístic en el cas de Ninyoles, la fosca consciència dels valencians i els mecanismes a través dels quals opera i es reproduïx la ideologia valenciana dominant (burguesa, mistificadora) en el cas de Marqués, i les pautes emergents i contradictòries de la joventut dels setanta en el cas de Salcedo. Tots ells fan ús dels mitjans com a font d'anàlisi, recorren a materials mediàtics, però no analitzen els mateixos mitjans més enllà d'algunes consideracions lapidàries sobre els diaris de l'època i les seues limitacions i manipulacions.

Rafael Lluís Ninyoles, en la introducció a l'obra col·lectiva *L'estructura social al País Valencià* (1982), trobava en la sociologia valenciana les característiques següents: interès per l'estructura social històrica, marcat accent del caràcter teòricament crític de les investigacions, posició antiempírica que no antiempírica, insuficiències empíriques en relació amb els problemes de finançament per a produir dades i, per tant, productes de caire més aviat artesanal, «insiderisme» i compromís polític que es projectava en una activitat d'intervenció pública del discurs sociològic (Ninyoles, 1982: 20-24).

En parlar d'aquells treballs, Manuel García Ferrando (1992), tot i reconèixer-los la vocació científica, indica que participaren del caràcter crític fusterià i no assoliren, llevat de comptades ocasions, «el nivell d'evidència empírica exigible als moderns treballs d'investigació sociològica. El compromís amb la realitat política i cultural era sovint tan gran que resultava difícil separar el científic de l'intel·lectual compromès amb el seu entorn social».

En qualsevol cas, els nous científics socials, en la pretensió d'inserir el seu treball en els procediments de rigor analític que exigeix la mateixa disciplina, usen l'obra de Fuster com una font d'hipòtesis que exigeixen

comprovació o refús i es distancien de l'essencialisme i la sobrecàrrega historicista de Fuster. Gairebé tots, però, reconeixen el deute amb el mestre de Sueca i el reenfocament que això suposa per al seu treball investigador, si més no, perquè tots els estudis tindran com a marc d'anàlisi el País Valencià d'alguna o altra manera.

## 2. El sistema comunicatiu valencià

En paral·lel al treball que, des de la historiografia, comencen a fer alguns historiadors valencians (Antonio Laguna i el seu grup) i en connexió amb els grups d'investigació que ja porten dècades d'experiència a Catalunya, especialment el grup que coordina i impulsa Miquel de Moragas (Josep Gifreu, Enric Saperas, Joan M. Corbella, Maria Corominas, Bernat López, entre d'altres), Rafael Xambó, des de la sociologia valenciana i connectant amb les preocupacions intel·lectuals de la generació anterior, s'ocupa en la seua tesi doctoral d'establir els trets del sistema comunicatiu valencià. El mestratge de Miquel de Moragas i el referent de la tesi doctoral que Josep Gifreu (1983) havia realitzat per a Catalunya, juntament amb altres aportacions rellevants del grup d'investigadors de la Universitat Autònoma de Barcelona, seran eines fonamentals per al treball de Xambó.

Anteriorment, llevat dels pocs estudis d'audiència que consideraven el País Valencià com tres províncies espanyoles, dins les pràctiques habituals de la sociologia regional que es feia aleshores, i unes poques i estimables aportacions —els treballs de l'historiador Ricard Blasco (1985) sobre la premsa comarcal, la tesina de llicenciatura de Rosa Solbes (1972) sobre el diari d'Alacant *Primera Pàgina*, i el magnífic treball hemerogràfic i descriptiu de Francesc Pérez Moragón (1980) sobre la premsa clandestina en el País Valencià—, poca cosa més hi havia, d'un mínim rigor analític i expositiu, a considerar.

Xambó (1996), a la tesi, planteja l'anàlisi dels mitjans de comunicació social valencians des d'una perspectiva sociològica empírica. Quatre dimensions orienten la investigació: espacial, estructural, històrica i del poder.

A la segona part es descriu i analitza el procés d'establiment del sistema comunicatiu valencià —situació dels *mass media* sota el franquisme, condicions comunicatives en la transició de la dictadura a la democràcia i el conflicte sociopolític subsegüent— en el context de la modernització del país i el ressorgiment de la consciència nacional dels valencians.

La tercera part tracta de la configuració actual del sistema de mitjans —premsa, ràdio i televisió— en el context dels canvis que es produeixen en l'estructura social, la realitat sociolingüística i l'estabilització del siste-

ma de partits, amb especial atenció al procés de desregulació en l'àmbit de la televisió. Quant a premsa, s'analitza l'oferta en els diferents espais de difusió —local, comarcal i provincial—, les característiques estructurals dels públics i les polítiques comunicatives públiques. Quant a ràdio, destaca l'augment de l'oferta i la fragmentació de l'audiència —programació, estructura dels públics i preferències en la programació—, i hi constata el predomini absolut de les grans cadenes d'abast espanyol. En l'àmbit de la televisió se subratlla el trencament del monopoli estatal amb l'increment de la concurrència pública i privada i el desenvolupament del sector en l'àmbit local. La diversitat de l'oferta permet afirmar l'emancipació dels públics i el pas de la lògica de l'oferta a la lògica de la demanda. L'anàlisi del sector televisiu es completa amb l'estudi estructural dels públics.

Finalment, l'autor procedeix a l'anàlisi comparativa del sistema valencià de mitjans, des d'una perspectiva diacrònica, amb especial referència al context espanyol i europeu.

Paga la pena remetre a alguns fragments del que escrivia Miquel de Moragas al pròleg del llibre (Xambó, 2001) en què es va resumir i actualitzar la tesi:

Aquest llibre constitueix una primera aportació sistemàtica a l'estudi de les polítiques de comunicació al País Valencià de la qual voldria començar per destacar dos mèrits: el seu valor pioner, que haurà de donar pas a noves recerques, i l'encert d'identificar «l'espai valencià» com un objecte d'estudi per a les polítiques de comunicació.

[...] La idea de considerar l'espai valencià com una unitat d'anàlisi política i cultural no és pas nova pel que fa al conjunt de les ciències socials i té com a precedent il·lustre el llibre de Joan Fuster *Nosaltres els valencians*. La novetat del llibre de Xambó és que ara s'interpreta aquell debat des de l'òptica més estrictament comunicacional, descobrint que les polítiques de comunicació, enteses en el seu sentit polític i cultural més global, constitueixen un terreny privilegiat per entendre —i també per sorprendre's— del debat polític i cultural de les darreres dècades al País Valencià.

[...] *Comunicació, política i societat: El cas valencià*, no es limita a la descripció de l'estructura del sistema de comunicacions —premsa, ràdio, televisió— sinó que s'endinsa en l'anàlisi de les seves funcions socials, en el paper dels mitjans «com a actors polítics». El que s'anomena «la batalla de València» sobre la identitat i la llengua es descobreix, sobretot, com una batalla —o una instrumentalització— mediàtica.

En aquest nou marc comunicacional és possible analitzar les funcions i les disfuncions culturals del País Valencià contemporani, com s'evidencia, per exemple, en l'anàlisi de la sorprenent controvèrsia ideològica i cultural —que difícilment podrem trobar a altres indrets del món— entre alguns diaris i la universitat, actuant com a «institucions» culturals d'influència.

D'altra banda, la investigació en comunicació dels sociòlegs valencians es troba en la majoria dels casos esparsa en les recerques que es realitzen amb altres objectes centrals d'estudi. Tothom en para compte, però són escasses les aportacions monogràfiques. Des de la sociologia de la cultura, Antonio Ariño (1997 i 2006) i Gil-Manuel Hernández (1999) són un bon exemple de l'atenció teòrica i empírica a la influència dels *media*. També Ramon Llopis des de la metodologia quantitativa (2000 i 2003), i les relacions entre els *media* i el futbol (2002 i 2006), n'ha fet aportacions d'interès, tot i que condicionat per l'accés a dades secundàries i els estudis de mercat.

Els estudiants de tercer cicle han fet tot un seguit de treballs finals de recerca, alguns dels quals paga la pena ressenyar, per la seua qualitat i perquè l'eix principal cau de ple en la sociologia de la comunicació. Els treballs, a títol expositiu, els hem classificat en estudis locals, estudis de notícies i anàlisi estructural i interpretativa dels públics.

### 3. Els estudis locals

*Catarroja: Un segle de publicacions i mitjans de comunicació (1900-2000).*

Jesús Monzó Cubillos, 2001.

Lluny de ser un treball d'arxiu, l'autor contextualitza i analitza la premsa escrita conjuntament amb la resta de mitjans de comunicació, i demostra així com els canvis socials, econòmics i polítics viscuts a Catarroja en el segle xx han condicionat les publicacions, els mitjans de comunicació i la cultura en general del poble. Repassa el paper del cinema, les experiències radiofòniques i la vitalitat editora de llibres i papers diversos a la ciutat.

*La implantació de la societat de la informació: el municipi de Catarroja com a cas d'estudi.*

Maria José Carretero Jiménez, 2005.

El treball s'ocupa de l'estudi dels canvis que introduiran les TIC en la vida quotidiana, estudia els efectes de la societat de la informació en l'estructura de la societat a partir dels nous serveis que s'hi desenvolupen —teleeducació, telesanitat, Administració virtual, telecomerç... Aquest estudi empíric s'articula amb les teories entorn de la societat de la informació: la revolució científicotecnològica de Richta (llibertat real com a conseqüència de la desaparició progressiva del factor treball), la

societat postindustrial de Touraine i Bell, i la societat de la informació de Webster i Castells.

Objecte d'estudi: els canvis que poden introduir les TIC en la vida quotidiana amb el projecte *Infoville Catarroja* com a marc d'estudi. *Infoville* és una experiència pilot en la implantació de la SI, es tracta d'un projecte pioner en la creació d'un «municipi virtual». *Infoville* proporciona facilitats d'accés a la població a serveis d'informació específics dissenyats per l'Administració.

Metodologia qualitativa, «intentant aproximar-nos al que es denomina *l'estudi dels intangibles*»: canvis que introdueix la implantació de les TIC i que els indicadors tradicionals no detecten. Per això es practica l'etnografia: entrevistes d'exploració a famílies sobre l'ús, en l'àmbit familiar, d'*Infoville*.

Les conclusions: en l'època actual, el protagonisme el manté l'ordinador, no Internet. La percepció de l'ordinador com a peça important de l'educació dels fills i la utilitat en els negocis són la principal motivació per a l'adquisició d'un aparell. *Infoville* i Internet queden en un segon terme. S'observa com el projecte s'ha avançat a la societat i se situa la seua utilitat en un futur.

S'observen greus diferències de gènere en l'ús i el coneixement de l'ordinador. Els homes, que també són els més interessats en l'adquisició d'un ordinador de baix cost, considerat molt important per a l'educació dels fills, són els més habituats en l'ús de l'aparell (relacionat amb treball o negoci). Les mares, per contra, l'utilitzen en menor mesura i emfasitzen els aspectes negatius dels ordinadors, tant pel que fa a la percepció pròpia (pèrdua de temps) quant a l'ús que en fan els seus fills. Aquestes diferències de gènere es transmeten a la generació següent, en la qual s'observa un major ús i domini de l'ordinador per part dels fills homes que de les filles dones. En termes generals, hi predomina un desinterès cap a *Infoville*, i el servei que ofereix es relaciona amb l'oci.

### *L'espai comunicatiu local de Torrent.*

Javier Agustí Campos, 1999.

Treball descriptiu de la situació comunicativa actual en la localitat. Hi realitza una exhaustiva descripció de productes i estructures informatives que els fan possibles i les persones que hi treballen en l'àmbit de la premsa (revistes, periòdics, butlletins), ràdio i televisió, que s'editen o emeten des de Torrent o que tinguen com a destí específic la ciutat de Torrent.

El mètode quantitatiu s'utilitza per analitzar les dades sobre la premsa local. L'aproximació qualitativa s'ha realitzat a través de les entrevistes amb un responsable de cada publicació. Un altre objectiu de l'elaboració d'aquestes entrevistes ha estat la creació d'una fitxa hemerogràfica de cada publicació.

D'entre les conclusions més rellevants del treball de Javier Agustí trobem que el creixement de la informació local es correspon amb el desenvolupament econòmic, demogràfic i cultural que ha experimentat Torrent en les tres últimes dècades. Es constata que la vocació comarcal és una constant en gran part dels mitjans de comunicació torrentins. Aquesta voluntat respon a «una visió de l'àmbit comarcal com a mecanisme de defensa de tota una identitat i cultura popular i local enfront de l'expansió uniformitzadora i despersonalitzadora de la capital». Per últim, l'ús del català continua sent menor que el del castellà, tot i que la seua presència és significativa. L'usen els mitjans dependents de l'Administració, mentre que el seu ús és pràcticament nul en la iniciativa privada fins a l'aparició de l'edició local d'*El Punt*.

La ràdio i la televisió locals, per la seua part, són propietat d'un mateix empresari torrentí i, en ambdós casos es tracta de projectes nascuts i iniciats des de Torrent que busquen l'àmbit comarcal com a fórmula per millorar la seua viabilitat econòmica.

### *Una televisió pública i educativa per a Alcoi.*

Rafael Miralles, 2001.

L'estudi de Rafael Miralles tracta de desvetllar les claus necessàries perquè la ciutat d'Alcoi pugua posar en marxa el seu propi projecte de comunicació: un canal local de televisió. Una volta ha explicat l'anàlisi de la realitat d'Alcoi, en termes històrics, econòmics, socials, culturals i comunicatius, s'endinsa en les dades quantitatives (dades referides a la població local, audiències...) i qualitatives (estudi qualitatiu amb setze entrevistes a representants de la societat alcoiana per a l'anàlisi de l'actitud comunitària davant del projecte) per apropar-se al màxim a la descripció d'un projecte de televisió educativa, al servei de la ciutat, que esdevinga un espai comunicatiu propi.

El model de televisió que defineix és de contingut local, centrat en la informació i els serveis; de titularitat pública respectuosa amb l'objectivitat, veracitat i imparcialitat de les informacions; la separació entre informacions i opinions; el respecte al pluralisme; el respecte als drets i llibertats; la protecció de la joventut i de la infància; el respecte dels valors d'igualtat i la promoció dels interessos locals, i impulsa per a això la participació dels grups socials amb aquest caràcter, a fi de fomentar, pro-



moure i defensar la cultura i la convivència locals. La televisió ha de contribuir a la normalització lingüística. Ha d'estar dotada de tecnologia digital avançada i ser un canal propi gestionat professionalment, que fomenti la participació activa dels ciutadans i que no esdevinga instrument d'utilització partidista.

El projecte de constitució d'una televisió pública i educativa es considera un condensador simbòlic dels valors que els ciutadans estimen importants de la seua ciutat, particularment pel que fa a la modernitat i la identitat pròpia.

Les demandes i els requisits sobre el model televisiu són ben rellevants: la qualitat de la producció i la professionalitat; la independència de la televisió dels partits polítics i dels poders públics, sobretot del govern municipal; caràcter preferentment informatiu, d'àmbit comarcal, en valencià, educatiu i cultural, etc.

Malgrat això s'observen tres eixos amb manca de consens: diferències en la projecció de l'imaginari de la ciutat (imatge real / imatge per vendre), cosmopolitisme enfront de localisme i la manca de col·laboració amb un projecte desconegut.

#### **4. Els estudis sobre notícies**

*La cara oculta de la luna: Locura y sociedad en la Valencia contemporánea.*

Cándido Polo Griñán, 1994.

Objecte d'estudi: la dialèctica de la bogeria i el seu entorn social, interacció en la societat valenciana contemporània, mitjançant l'anàlisi de l'experiència assistencial de l'hospital psiquiàtric de Bétera en el seu context històric i ambiental.

La importància del treball de Cándido Polo en matèria de comunicació jau en l'anàlisi del material periodístic per conèixer les actituds públiques cap als malalts mentals i el manicomi. I també cap als criteris diagnòstics, els mètodes de tractament i les orientacions assistencials. Els mitjans de comunicació, en aquest tema, es desvetllen de gran importància en ser l'única font d'informació dels ciutadans no afectats, ja que la problemàtica que envolta la bogeria i el manicomi solament té ressò entre els interns, els familiars i el personal tractant i, d'altra banda, entre les entitats oficials amb competències.

La visió social que emergeix de l'activitat dels mitjans de comunicació al voltant de la bogeria i la pràctica psiquiàtrica:

— Entre el silenci sobre qüestions marginals i interès pels moviments renovadors en marxa: més fets espectaculars relatius a comportaments «problemàtics» dels malalts que interès per iniciatives renovadores.

— Actituds de prejudici des de posicions paternalistes a posicions tremendistes que exalten el perill dels malalts. Transferència a la psiquiatria i els seus professionals les funcions tradicionals de càstig a la desviació i imposició de normes correctores.

— Contradiccions que rellisquen en els mitjans: es demanen mesures de progrés alhora que es difonen notícies sensacionalistes de contingut reaccionari.

— Mancança d'un periodisme d'investigació que s'apropi a aquests temes amb consciència de l'impacte sobre les audiències.

Els fets noticiables provenen de pacients, familiars, treballadors i responsables institucionals, aquests últims amb un tracte preferent per part dels mitjans. Polítics i gestors veuen ressaltat el seu protagonisme en titulars, declaracions i fotografies. Els treballadors apareixen de maneres molt variades, en sanitat, societat o qüestions sindicals, i els pacients ho fan de manera individual a les pàgines de successos, envoltats d'interès morbós i imatges patètiques preses sovint sense permís que denigren l'individu. El missatge global que els mitjans transmeten sobre els sectors implicats recull les actituds negatives existents en els grups socials i contribueix a consolidar els tòpics tradicionals. Sovint els malalts apareixen desqualificats amb apel·latius com psicòpata, pertorbat, dement, alienat, etc., «de ressonància ancestral i càrrega simbòlica inapel·lable». Bogeria i perill s'associen des de la lògica de la segregació, de manera que resulta inevitable l'alarma social: el destí dels afectats no pot ser altre que el manicomi.

*El sensacionalismo contra la propaganda:  
Informativos de Televisión de la Comunidad Valenciana.*

Maria Sol Gómez San Isidro, 2000.

Desenvolupa una anàlisi de contingut i tècnic dels informatius que ofereix la televisió generalista en el País Valencià.

Analitza com conjuguen els diferents noticiaris televisius les variables *sensacionalisme* i *propaganda política*. Per dur a terme el treball, Maria Sol Gómez analitza minuciosament els quatre informatius específics per al País Valencià de la graella generalista —els informatius Aitana de TVE, els informatius de Canal 9, la desconexió territorial d'Antena 3 i la desconexió territorial de Tele 5— des del punt de vista lèxic i narratiu, els recursos visuals, l'estructura de la informació, el contingut i les declaracions inserides.

La conclusió més rellevant de la investigació és la constatació que existeix una relació directa entre la naturalesa de la gestió de la televisió —pública o privada— i la preponderància del sensacionalisme o la propaganda. Els canals televisius privats han trobat en l'espectacularitat la seua raó de ser, mentre que les cadenes públiques estan marcades per la gestió i l'acció governamental. Des de l'estudi es denuncia la incapacitat de resposta que té el públic davant d'una televisió que es mou entre la propaganda i el sensacionalisme i s'aposta per un canvi qualitatiu del mitjà que s'adreça cap a una audiència crítica i conscient, d'una manera plural i transparent.

### *La construcció social de la intolerància pels mitjans de comunicació social.*

Susana Sánchez Flores, 1999.

La hipòtesi que planteja és que per a un mateix esdeveniment, es donen construccions diferents per part dels diaris, i en el cas específic de l'assassinat del jove de divuit anys Guillem Agulló en un poble del Maestrat per un grup radical de caire nazi, el diari *Las Provincias* planteja un procés d'ocultació que emmascara les accions violentes de l'extrema dreta i les desvincula de l'àmbit polític.

Per operacionalitzar les hipòtesis es plantegen els següents objectius específics:

- Establiment de comparacions textuais dels diaris.
- Anàlisi i comparació de titulars.
- Anàlisi de l'organització discursiva del cas.
- Anàlisi de l'estil i la retòrica de cada diari.
- Anàlisi de les fal·làcies encobertes en el discurs del diari *Las Provincias*.

S'hi escull la premsa diària per la capacitat cognoscitiva duradora i per la seua capacitat de tematització. L'univers de l'anàlisi són els periòdics escrits de tirada local (*El Levante* i *Las Provincias*) i nacional (*El País*, en la seua edició de la Comunitat Valenciana). Es trien totes les notícies relacionades des que es produeixen els fets (primavera de 1993) fins al moment que es dicta la interlocutòria de processament contra cinc joves com a autors del delictes d'assassinat (febrer de 1994).

La tècnica emprada és l'anàlisi qualitativa del discurs elaborat per T. van Dijk.

## Conclusions:

Mentre que *Levante* i *El País* tracten d'aproximar-se al cas des d'una perspectiva plural, i considerar-lo com un fet estructural amb implicacions polítiques i socials, *Las Provincias* fa un tracte desequilibrat de la informació, i intenta controlar i reduir el succés a la mínima expressió.

*Las Provincias* s'erigeix com a negador de qualsevol tipus de violència d'ultradreta, i considera natural la violència juvenil. «La funció del discurs desideologitzador del periòdic *Las Provincias* se centra fonamentalment en la legitimació de l'ordre institucional del "ací no passa res" a partir de la desqualificació del seu oposat univers simbòlic que denuncia la violència i la intolerància». «El fet que s'hagen descobert i posat de manifest els elements violents en l'interior d'organitzacions d'ultradreta constitueixen una amenaça per a la cosmovisió de la ideologia conservadora que defensa el diari, i la seua reacció és l'atac a l'univers simbòlic diferent per definició, mitjançant l'equiparació dels comportaments violents d'extrema dreta amb els d'extrema esquerra.»

### *Las Provincias: Anàlisi del discurs de Las Provincias durant la transició democràtica espanyola.*

Carmen Prats Ródenas, 1998.

Aquest treball continua l'anàlisi de Rafael Xambó en *Ideologies lingüístiques i mitjans de comunicació al País Valencià* (1997). El tema d'investigació és la línia informativa de *Las Provincias* a través de les notícies de primera plana durant la transició (1978-1982).

Dos llenguatges fonamentals es debaten en les portades: el discurs polític predominant en els anys 1981-1982, i el discurs simbòlic de la realitat dels valencians en el període 1978-1979 principalment. Dos llenguatges que s'articulen per poder arribar, d'una banda, a un públic interessat en els canvis polítics de gran magnitud que s'estaven produint, i de l'altra, crear una cosmovisió política, social i cultural pròpia sobre el País Valencià. En definitiva, el treball situa l'acció del diari com a actor polític destacat.

Carmen Prats escriu una història del mitjà, des del seu naixement a l'últim terç del segle XIX, i el situa en l'òrbita política i econòmica que defensa: el liberalisme econòmic i el conservadorisme polític en la seua vessant més dretana: el suport a Mussolini, l'antirepublicanisme, el servei a Franco (per això no va ser tancat el diari), etc., i ja en la democràcia, l'anticatalanisme i la creació, en últim terme, de «la batalla de València».

Carmen Prats assenyala que el paper polític del diari en la història dels canvis polítics, econòmics i socials espanyols ha estat polemitzar sobre la concepció dels valencians i crear un conflicte polític que va esdevenir civil amb l'enfrontament virulent de la societat durant els anys de reconstrucció del país. Els interessos del periòdic han girat al voltant de la creació d'un discurs social incoherent, conflictiu i incòmode sobre la identitat cultural dels valencians.

## 5. Estudis sobre els públics

*Una aproximación cualitativa a los públicos de la televisión.*

Rosa Cabo Martín, 2002.

Mentre que les investigacions tradicionals sobre les audiències de la televisió s'han orientat cap a l'anàlisi de la capacitat de la televisió per condicionar la conducta i les opinions dels individus, i convertir la televisió en un instrument de persuasió política o comercial, la investigació present tracta d'aprofundir en com utilitzen la televisió els espectadors en la seua rutina diària.

Aquest canvi de perspectiva ve motivat per la concepció del fet de mirar la televisió com a procés cultural i dinàmic totalment integrat en la vida quotidiana. La televisió apareix com a medidora entre l'esfera pública i la privada en presentar el món exterior dins la família i col·labora en la conformació d'uns coneixements comuns i unes idees, alhora que pauta les normes de comportament social.

La línia teòrica en què s'inspira la investigació social interpretativa dels mitjans de comunicació de masses és l'interaccionisme simbòlic i l'etnometodologia.

L'estudi qualitatiu dels públics de la televisió implica tant l'anàlisi dels usos que es fa del mitjà com de les gratificacions rebudes, per això s'estudia des de l'àmbit familiar. La gratificació no ve solament a través dels continguts que s'ofereixen sinó també per la simple exposició (la relaxació, implica que ha acabat la jornada laboral, etc.), o com a conseqüència del context: és una activitat que es fa en companyia, sovint en família, la qual cosa condiona la selecció de continguts, crea situacions de conflicte i de dominació.

L'objecte d'estudi a investigar és el format pels membres d'un grup familiar, i s'observa la incidència de l'entorn familiar en la interacció dels individus amb la televisió. El treball etnogràfic es realitza en vuit famílies amb els criteris de segmentació: classe social, ocupació, edat dels membres, residència, etc., amb la intenció de comprendre la complexitat de

la pràctica domèstica de mirar la televisió en el seu context: les condicions socials del grup bàsic i els seus patrons d'interacció amb la televisió.

Més que d'exposició a continguts, cal parlar d'hàbit generalitzat rutinari que transforma un acte individual en un procés social. L'atenció a la televisió és molt sovint dispersa i s'usa per a relaxar-se, o «tenir companyia», també s'utilitza per estar en família i, depenent de la programació, s'estableixen converses entre els familiars o s'atenen els discursos.

La televisió és el principal element transmissor de coneixement quotidià. Cal subratllar la centralitat de la televisió en la cultura del públic, per tant, presenta una gran importància pel que fa a la integració social: uneix el món exterior amb la vida familiar.

Els patrons de selecció, comunicació i concentració varien ostensiblement en les diverses famílies i reflecteixen la complexitat de les dinàmiques familiars. Des d'una perspectiva de gènere, cal destacar l'ús diferenciat que es fa de la televisió: les dones l'usen per relaxar-se i evadir-se, valoren molt positivament la comunicació familiar que es crea. Per això tendeixen a limitar el nombre d'aparells. Busquen sobretot l'espai de l'entreteniment, mentre que els homes remarquen els usos informatius i d'integració. Les dones, per la seua part, també fan altres usos de la televisió com mantenir entretinguts els fills mentre desenvolupen altres tasques domèstiques, o sentir-se acompanyades mentre realitzen altres accions com cosir, planxar, etc.

Des d'una perspectiva de les classes socials, les classes populars manifesten la seua inclinació cap a una televisió per a l'evasió, mentre que les classes mitjanes mostren especial interès pels programes formatius i culturals, per aprendre. El seu discurs va dirigit al que «hauria de ser», mentre que les classes populars ho fan en termes de gust.

Els discursos sobre la televisió dels grups de joves mostren una relativa independència de la classe social d'origen, i ocupen un espai intermedi de les classes populars i les classes mitjanes. El consum de televisió és un instrument per a la satisfacció dels moments que passen dins la casa. Mantenen un distanciament valoratiu del mitjà, i el situen entre els consums quotidians naturalitzats (sense els objectius transcendents percebuts pels adults que van veure com l'aparell receptor se situava per primera vegada a les cases).

Finalment, la vivència del temps dedicat a la televisió es destaca de vital importància per caracteritzar el mitjà. Temps buit, temps d'oci i temps restant són algunes de les catalogacions que rep el temps dedicat a mirar la televisió. «Un temps que és personal sense ser propi. Un temps sense amo: de descans entre les hores d'estudi; temps entre jor-

nada i jornada, amb la dedicació al treball com a fons. [...] Temps buit oposat al temps lliure, viscut aquest com a completament propi.»

*Exclusión social y marginalidad en Valencia:*

*La construcción de «el inmigrante» en los discursos sobre drogas.*

Benno Herzog, 2006.

El treball d'investigació de Benno Herzog tracta els efectes de dominació i exclusió dels discursos i la seua funció en la construcció del coneixement popular sobre immigració. Per poder analitzar aquests discursos, Benno utilitza una metodologia qualitativa basada en l'anàlisi de contingut d'entrevistes semidirigides a ciutadans de quatre barris dels País Valencià, dos de València, un de Castelló i un d'Alacant. Tot i que el treball no analitza directament els mitjans de comunicació, aquests tenen un paper important alhora de conformar els discursos de la població. Al llarg de les entrevistes s'observa com els mitjans són considerats importants, sobretot com a font d'informació dels entrevistats. I són la peça clau a l'hora de parlar d'immigració com a problema general que afecta a tots. En el cas de la immigració, són els mitjans els que han convertit aquest en un tema rellevant i problemàtic amb la connexió amb altres temes com la seguretat, la criminalitat, l'atur, etc. Així doncs, el tema afecta personalment perquè té presència mediàtica: «els mitjans serveixen també com a substitutiu d'experiències pròpies que “justifiquen” una generalització». Tot i això, els mitjans no determinen els discursos sinó que les informacions són interpretades segons el coneixement previ dels destinataris.

En l'anàlisi de les entrevistes, l'autor remarca tres funcions estratègiques dels mitjans: citar un periòdic simbolitza un cert estatus social, aporten credibilitat ja que suposadament aporten objectivitat i, finalment, dissimulen la responsabilitat dels continguts en amagar les opinions personals en els fets que narra una notícia.

## **Bibliografia**

AGUSTÍ, Javier (1999). *L'espai comunicatiu local de Torrent*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]

ARIÑO, Antonio (1997). *Sociología de la cultura*. Barcelona: Ariel.

ARIÑO, Antonio [dir.] (2006). *La participación cultural en España*. Madrid: Fundación Autor - SGAE. [En col·laboració amb R. Castelló, R. Llopis i G.-M. Hernández]

- BLASCO, Ricard (1985). «Reflexions al voltant de la premsa comarcal». *Batllia* [València], núm. 2.
- CABO, Rosa (2002). *Una aproximación cualitativa a los públicos de la televisión*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]
- CARRETERO, Maria José (2005). *La implantació de la societat de la informació: el municipi de Catarroja com a cas d'estudi*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]
- COROMINAS, MARIA; LÓPEZ, Bernat (1994). «Espanya: les contradiccions del «model autonòmic»». *Anàlisi*, núm. 17 (desembre).
- FUSTER, Joan (1962). *Nosaltres, els valencians*. Barcelona: Edicions 62.
- GARCÍA FERRANDO, Manuel [coord.] (1992). *La sociedad valenciana de los 90*. València: Alfons el Magnànim. IVEI.
- GIFREU, J. (1983). «Sistema i polítiques de la comunicació a Catalunya (1970-1980)». *L'Avenç* [Barcelona].
- (1989). *Comunicació i reconstrucció nacional*. Barcelona: Pòrtic.
- GIFREU, J. [dir.]; COROMINAS, M. [coord.] (1991). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CIC.
- GÓMEZ, Maria Sol (2000). *El sensacionalismo contra la propaganda: Informativos de Televisión de la Comunidad Valenciana*. València: Universitat de València. Departament de Teoria dels Llenguatges. [Treball de tercer cicle]
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, Gil-Manuel (1999). «Los medios de comunicación social y las fiestas». A: *IV Congreso de Fiestas Tradicionales de la Comunidad Valenciana*. (Requena, 26-28 novembre). [Ponència]
- HERZOG, Benno (2006). *Exclusión social y marginalidad en Valencia: La construcción de «el inmigrante» en los discursos sobre drogas*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]
- LLOPIS GOIG, Ramon (2000). «Medición de los efectos de la comunicación de masas con tracking publicitario. Un ejemplo de modelización matemática». *Comunicación y Estudios Universitarios*, núm. 10, p. 109-117.
- (2002). «Medios de comunicación y mundialización del fútbol». A: *Primer Congreso Científico Internacional de Fútbol*. (Salamanca, 17 i 18 maig).
- (2003). «Indicadores de eficacia y tasas de rendimiento de una campaña de comunicación masiva en televisión. Una aplicación del análisis



- sis de series temporales». *Esic Market: Revista Internacional de Economía y Empresa*, núm. 116, p. 217-230.
- LLOPIS GOIG, Ramon (2006). «Fútbol y televisión en España». A: *IX Congreso de la Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte*. (Las Palmas de Gran Canaria, 16 i 18 novembre).
- MARQUÉS, Josep Vicent (1974). *País perplex*. València: Tres i Quatre.
- MARTÍNEZ, Francesc; RAMOS, Alfred (2001). *La premsa local i comarcal de l'Horta Sud (1976-1996)*. Picanya: IDECO.
- (2003). *Temps de foscor: La premsa de l'Horta Sud en el franquisme (1939-1975)*. Sueca: Ajuntament de Catarroja.
- MIRALLES, Rafael (2001). *Una televisió pública i educativa per a Alcoi*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]
- MOLLÀ, Damià (1979). *El País Valencià com a formació social*. València: Prometeo.
- MOLLÀ, Toni [ed.] (1997). *Política i planificació lingüístiques*. Alzira: Bro-mera.
- MONZÓ, Jesús (2001). *Catarroja: Un segle de publicacions i mitjans de comunicació (1900-2000)*. Sueca: Ajuntament de Catarroja.
- MORAGAS, Miquel de (1988). *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.
- NINYOLES, Rafael Lluís (1969). *Conflicte lingüístic valencià*. València: Tres i Quatre.
- (1975). *Idioma i prejudici*. 2a ed. rev. Palma de Mallorca: Moll.
- NINYOLES, Rafael Lluís [comp.] (1982). *Estructura social al País Valencià*. València: Diputació de València.
- PÉREZ MORAGÓN, Francesc (1980). «La premsa clandestina al País Valencià». *L'Espill* [València], núm. 5.
- PICÓ I LÓPEZ, Josep (1976). *Empresario e industrialización: El caso valenciano*. Madrid: Tecnos.
- (1977). *El moviment obrer al País Valencià sota el franquisme*. València: Tres i Quatre.
- POLO, Cándido (1994). *La cara oculta de la luna: Locura y sociedad en la Valencia contemporánea*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]
- PRATS, Carmen (1998). *Las Provincias: Anàlisi del discurs de Las Provincias durant la Transició Democràtica Espanyola*. València: Universitat

de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]

SALCEDO, Salvador (1974). *Integrats, rebels i marginats*. València: L'Estel.

SÁNCHEZ, Susana (1996). *La construcció social de la intolerància pels mitjans de comunicació social*. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social. [Treball de tercer cicle]

SOLBES, Rosa (1972). Primera Pàgina: *Historia de una frustración: Escola Oficial de Periodisme de València*. [Tesina de fi d'estudis] [Mecanografiat]

*V Jornades de Sociolingüística: Comunitat Lingüística i Espais Comunicatius* (1997). Alcoi: Ajuntament d'Alcoi.

XAMBÓ, R. (1992). *Los medios de comunicación social*. A: GARCÍA FERRANDO, M. [coord.]. *La sociedad valenciana de los 90*. València: Alfons el Magnànim: IVEI.

— (1995). *Dies de premsa: La comunicació al País Valencià des de la transició política*. Tavernes Blanques: L'Eixam.

— (1996). *El sistema comunicatiu valencià*. Tesi doctoral. València: Universitat de València. Departament de Sociologia i Antropologia Social.

— (1997). *Ideologies lingüístiques i mitjans de comunicació al País Valencià*. A: MOLLÀ, Toni [ed.]. *Política i planificació lingüístiques*. Alzira: Bromera.

— (2001). *Comunicació, política i societat: El cas valència*. València: Edicions 3 i 4.