

La recerca en comunicació en el País Valencià

Comunicació política i opinió pública

*per Jordi Pérez Llavador
i Josep Solves,*

professors de periodisme i comunicació
de la Universitat Cardenal Herrera - CEU

Resum

La recerca en comunicació política en el País Valencià travessa un estadi primerenc i els seus resultats, a hores d'ara, es poden qualificar de dispersos. Tant els treballs personals primer, com les línies de recerca després, han anat configurant-se segons s'implantaven els estudis de comunicació a les universitats valencianes; la joventut d'aquests estudis permet intuir una certa adolescència a la investigació.

Dels camps d'apropament a la comunicació política, l'anàlisi teòrica de fenòmens lligada a l'observació crítica de l'opinió pública és el que ha motivat un major interès entre els estudiosos valencians. Destaca també l'anàlisi de campanyes electorals i les ferramentes de comunicació, tant en comicis generals com autonòmics.

Malgrat el voluntarisme dels investigadors, reflectit en el nombre i caràcter de la seua producció, la manca d'un context de recerca promogut institucionalment dificulta un treball coordinat i d'entitat. Convindria omplir aquest buit i considerar la relació essencial que mantenen comunicació política i democràcia.

Political Communication and Public Opinion

Abstract

Research on political communication in the Valencia Country is burgeoning and the results so far could be described as unfocused. The design of both personal work and subsequent research has been influenced by the way in which communication programs in the Valencia universities are designed; these young programs seem, perhaps, rather novice regarding research.

Of the areas related to political communication, the one that has aroused most interest among Valencian scholars is theoretical analysis of public opinion. Also noteworthy is analysis of political campaigns and communication tools, both regional and statewide.

Despite the well intended nature of the research, reflected in the quantity and character of production, the lack of an institutionally-promoted research context impedes coordinated, organized research. Filling this gap would be highly beneficial, considering the fundamental relationship between political communication and democracy.

Introducció

Com en altres camps de les ciències de la comunicació, cal començar constatant que la «comunicació política» és un concepte que es resisteix a una única comprensió. La literatura general de la disciplina n'ofereix diverses visions, la qual cosa ens obliga a una delimitació del que entenem per comunicació política abans de constatar quina ha estat la producció valenciana en aquest camp. És aquesta mateixa dificultat la que

pot justificar que no s'esmenten certs treballs que podrien formar part del nostre text si partírem d'una definició diferent.

Sense entrar en disquisicions teorètiques que no caben en una aproximació tan breu com la nostra, considerarem *comunicació política* tots els processos socials de relació lligats directament i indirecta amb la construcció de la realitat política en qualsevol àmbit d'afectació —siga material o simbòlica—, que comprèn tot objecte referent de caràcter públic.

Sobre dita base conceptual, aquest text referirà els textos i les línies d'investigació del procés comunicatiu, o de qualsevol punt d'aquest, efectuats en el País Valencià i/o sobre el País Valencià. És per això que s'inclouran investigacions sobre objectes no estrictament polítics, però que suposen una anàlisi de l'espai públic per tal de modificar conductes públiques, o de les condicions legals de producció de missatges i discursos.¹

Les línies d'investigació

D'una ullada ràpida a la investigació valenciana sobre comunicació política s'extrau que, abans de l'any 2000, aquesta presentava una quasi absoluta manca de sistematització. Aquests consistien en apropaments particulars que no oferien una continuïtat temàtica, la qual cosa feia difícil parlar de línies d'investigació, més enllà de l'adscripció a la disciplina general.

Com a pauta habitual, i deixant a banda treballs esporàdics que comentarem en l'apartat següent, la investigació i els grups s'han anat engegant segons s'anaven consolidant els estudis de comunicació a les diferents universitats del País Valencià. Potser per això, la primera producció regular de textos apareix al San Pablo - CEU, actualment la Universitat Cardenal Herrera - CEU, seguida per la Universitat de València i, ara, per la Jaume I, encara que aquesta darrera vinga directament de la mà de l'investigador Andreu Casero i siga hereva de la seua tasca a la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona.

Actualment hi ha cinc grups de treball i línies d'investigació:

a) El Centre de Documentació Electoral de la Comunitat Valenciana (CDECV). Al marc de la Universitat de València i amb una composició multidisciplinària, el CDECV, dirigit pel professor Vicent Franch, va nàixer al si d'un projecte d'investigació que pretenia l'estudi electoral dels comicis a la Comunitat Valenciana des de 1977 fins a 1995. La línia presenta una estructura en àrees, que recorren els diversos aspectes dels processos electorals, amb un camp específic de comunicació política.

1. Com ara el reconeixement de la llibertat d'expressió relacionat amb la informació.

Com a resultes del treball, aquest Centre disposa d'una pàgina web, <http://cdecv.uv.es>, on s'ofereix documentació de resultats electorals, enllaços amb institucions polítiques i centres d'investigació, així com bibliografia especialitzada sobre la matèria.²

b) El Grup d'Estudis de Comunicació i Política a la Comunitat Valenciana. Aquest grup va sorgir al context acadèmic de la Universitat Cardenal Herrera - CEU, unit per l'interès investigador dels processos comunicatius polítics valencians en qualsevol àmbit social, amb una dedicació especial al local. La seua composició és més homogènia, ja que tant objecte com mètode es distingeixen des d'una mirada fonamentalment comunicativa, sense perdre la connexió sociopolítica.

A més de la investigació, el grup presenta una important tasca de divulgació, concretada en activitats de formació en comunicació de col·lectius i ciutadans.³

c) L'Observatori de Comunicació Política de la Comunitat Valenciana. L'Observatori constitueix un projecte de confluència dels grups abans referits, sobre la base del palès interès temàtic comú. La relació entre ambdues línies ja havia possibilitat un treball conjunt de l'estudi de les eleccions autonòmiques de 2003⁴ i mira els comicis de 2007 com el nou banc d'anàlisi.

Encapçalat també per Vicent Franch, el grup és encara un projecte emergent, tot i que la seua presentació pública es va efectuar al marc de les I Jornades de Comunicació Política, celebrades a València el 2005, i coorganitzades pel mateix Observatori.

d) El Grupo de Análisis Crítico «Democracia y Poder». També baix el sostre de la Universitat de València, el 2004 es va formar el grup Democràcia i Poder. La seua orientació, reflectida en l'origen dels membres, es multidisciplinària i centra el seu interès en els canals de relació entre ciutadania i les estructures de poder. Per tant, l'opinió pública esdevé el seu eix de reflexió i d'acció: la seua naturalesa, les noves formes d'expressió i formació o, també, el condicionament de l'ordenació jurídica sobre el pluralisme i la persistència d'anomalies democràtiques.

L'activitat d'aquest grup ha estat molt intensa. A més de l'elaboració de textos, tant de publicació en paper com electrònica, organitza un nombre elevat de jornades, conferències i taules rodones. Disposa d'una pàgina web on es pot accedir a bona part de la seua producció,

2. Componen el grup: Vicent Franch, Josep Maria Felip, Àgueda Micó, Salvador Martínez, Zulima Pérez, Margarita Soler, Rafael Castelló, Ramon Llopis, Joaquín Martín Cubas i Alexandre H. Català.

3. El grup està format per Juan José Bas, Jordi Pérez Llavador, José Reig i Josep Solves.

4. Vicent FRANCH i FERRER (ed.) (2005), *Elecciones autonómicas y municipales de 2003 en la Comunidad Valenciana*, València, Fundació LLuis Vives i Generalitat Valenciana.

així com a informació de les activitats passades i previstes, <http://www.uv.es/demopode/demopode.htm>.⁵

e) La línia d'investigació sobre construcció informativa dels esdeveniments de caràcter crític o conflictiu. Que, més que grupal, és la tasca personal i el principal apropament investigador a la comunicació política d'Andreu Casero, professor de teoria i tècnica de la comunicació política a la Universitat Jaume I. Una línia que va començar amb la seua tesi doctoral i que actualment continua. Una referència més concreta de la seua producció es podrà trobar a la part següent.

Les investigacions i publicacions

No és fàcil establir una categorització de les publicacions atenent el caràcter dels seus continguts. La producció ha estat, i és, variada i heterogènia, tant pel que fa als temes tractats com al suport teòric emprat. Destaca, no obstant això, una bona part de referències dedicades a la crítica de models i de les relacions comunicativopolítiques de l'actualitat sobre bases normatives, tot i que aquestes tinguen una diferent procedència teòrica segons els casos. Per tant, sí que es podria afirmar que la crítica és la mirada més habitual i la formació/expressió d'una opinió pública democràtica el punt focal més repetit.

Cal avisar que la ubicació d'un text en una de les categories establertes s'efectuarà atenent el tret principal temàtic de cada obra. Així, considerats en el seu conjunt, alguns dels textos podrien formar part de diverses categories —fet que d'inici podria invalidar tant el procés com el resultat discriminatori—, ja que tracten així mateix diversos aspectes. No obstant això, hem considerat el nucli principal de l'aportació aquell que condiona i subordina la resta d'ítems.

Amb aquesta advertència, que també pretén ser disculpa, serien quatre els àmbits en què es podria dividir la producció investigadora sobre comunicació política efectuada entre nosaltres:

a) L'estudi de les condicions juridiconormatives de la comunicació política. En general, aquesta categoria integra els textos que estudien el tractament i l'habilitació de la llibertat d'expressió com a base fonamental de la producció informativa. No són, però, tan sols estudis jurídics sobre la figura de la llibertat d'expressió; el que possibilita la seua inclusió en aquest capítol és la focalització que estableixen entre la relació de la informació i el poder polític: com dèiem, doncs, de les condicions de la comunicació política.

5. El grup està format per: Andrés Boix, Manuel de la Fuente, Adoración Guamán, Germán Llorca, Guillermo López, Juan Antonio Ureña Salcedo y Clara Viana.

Amb tot, és lògic suposar que el tractament s'ha efectuat més des de la disciplina jurídica que no des de l'estrictament comunicativa. Així, destaquen l'aportació del professor de dret administratiu de la Universitat de València Boix Palop (2002) sobre llibertat d'expressió a Internet i l'article amb López García (2005) sobre dret i quart poder a l'era digital.

També Alcaraz (1994), provinent de l'àrea de dret constitucional de la Universitat d'Alacant, ha abordat aquesta qüestió al llibre *Información y poder*. A l'obra repassa teories i autors, des de Sòcrates fins a Gramsci, des de la postguerra mundial fins a l'impacte ideològic de les anomenades aleshores *noves tecnologies*, amb un fil discursiu compost per la unió de cultura, informació, llibertat d'expressió i alliberament. Tot i tocar tangencialment la comunicació, el tractament que hi fa de la llibertat d'expressió i la censura el situa en l'òrbita de la comunicació política.

b) Estudis sobre les campanyes electorals, publicitat i màrqueting polític i anàlisi dels elements participants als processos comunicatius persuasius. Aquest punt englobaria l'estudi del procés tradicional persuasiu i propagandístic, concretat fonamentalment a les campanyes electorals. Precisament sobre un dels actors principals d'aquest procés, el líder, versa la primera tesi sobre comunicació política del nostre entorn. Zorío Pellicer (1991), des de l'àrea de màrqueting i a la Facultat d'Econòmiques de la Universitat de València, va analitzar la importància del líder als processos electorals, amb la conclusió que es tracta de l'element estratègicament més important.

L'estudi de campanyes electorals aporta nombroses referències: Martín Cubas, García Soriano i Soler Sánchez (1996) van analitzar les eleccions autonòmiques valencianes del 1995 i Bas, Laguna, Pérez Llavador, Reig i Solves (2005) la publicitat electoral de les autonòmiques del 2003. Respecte a eleccions generals, López García (2000) ha analitzat el famós vídeo del PSOE de la campanya de 1996, alhora que ha fet de la campanya del 2000 l'objecte de la seua tesi doctoral, tot i que la tractarem en un apartat diferent. Finalment, Soler estudia el marc jurídic i la seua evolució en el que esdevenen les campanyes electorals a Espanya o, dit d'altra forma, les regles del joc, de coneixement fonamental per a tot estudiós d'aquests processos.

Retornant a l'estudi de formats comunicatius i d'actors, Marín Pérez (2000) va analitzar en la seua tesi doctoral l'únic debat cara a cara entre els principals candidats a president de govern d'Espanya, el ja famós entre Felipe González i José María Aznar de 1993. Destaca del treball el tractament de referències teòriques sobre aquest format, així com la particularitat de l'anàlisi de dit debat: gestos, inflexions vocals, acceptació, etc., així com els possibles efectes i repercussions a l'electorat que van tenir aquells dos moments fins ara històrics. Al mateix marc de tre-

ball que va encetar en la tesi, Marín (2003) va publicar un resum dels aspectes principals d'aquell estudi.

Per altra banda, Pérez Llavador (1994) va establir una relació d'influència entre les tertúlies radiofòniques i la creació d'opinió, en un text on, aleshores, ja es va incloure el concepte de *la doble tematització*; Casero (2004d) s'ha detingut en la mateixa institució dels partits polítics entesos com a actors, en un apropament a la dimensió interna i externa de la seua estratègia comunicativa, així com en la relació actual entre el partits i els mitjans de comunicació, Gavalda (1996) i Casero (2002) han abordat també la sempre conflictiva comprensió d'una opinió pública manifestada a través dels sondejos.

Per acabar, mereix inclusió en aquest apartat la tesina d'Enrique Bordería (1994) per l'estudi que efectua de la propaganda a l'Espanya republicana durant la Guerra Civil. Malgrat que puga considerar-se com un treball d'història de la comunicació, el tractament de les tècniques propagandístiques i la contextualització d'aquestes el converteixen en un bon tractat de persuasió en un moment crític de comunicació política.

c) Anàlisi crítica normativa de la comunicació política i de l'opinió pública. L'estudi de l'opinió pública, junt amb l'anterior, és l'altre gran apartat en nombre de referències. Incloem ací no només els que se centren en el caràcter i la formació d'aquesta institució analitzada com a procés comunicatiu, sinó també els que analitzen aspectes concrets de dit procés des d'una òptica comunicativa, siguen en la fase productora d'opinió pública, siguen en l'expressió de la ciutadania constituïda com a cos polític, per exemple, a través d'enquestes.

Abans de referir-les, però, cal destacar dos trets que caracteritzen la producció: per una banda, la interdisciplinarietat dels estudis, en coherència amb el mateix objecte i, en general, amb la naturalesa de les ciències de la comunicació. Tot i que siga amb la desitjable cautela investigadora, els textos conjuguen aspectes provinents de les ciències jurídiques i polítiques principalment, a més de les comunicatives. L'observació, per tant, no sol quedar-se només en un estadi descriptiu. Les anàlisis relacionen els resultats empírics amb models —generalment *tipus ideals*— democràtics, fet que aporta el segon tret: la marcada naturalesa crítica de la investigació, tot i que exercida des de diferents arrels sociopolítiques i línies normatives.

L'apropament a l'opinió pública com a tal la va començar Ninyoles (1979) el 1968, amb un tractat solitari durant molt de temps i del qual referim la segona edició. No es tracta, però, d'un text comunicatiu; amb base en la sociologia i el pensament polític, així com en la sociologia del coneixement, Ninyoles rescata dels autors més influents els aspectes de la teoria que han permès construir, d'una banda, el concepte de l'opinió pública; de l'altra, la crítica.

Trenta anys després d'aquesta primera publicació, la investigació sobre opinió pública va concentrar-se al marc de la Universitat Cardenal Herrera - CEU, més per una coincidència d'interessos d'alguns professors de comunicació que per l'establiment d'una línia específica. Reig Cruaños (1998) va recrear en la seua tesi doctoral la creació i la manifestació de l'opinió pública en la transició espanyola, a través d'una anàlisi de la veu dels actors, principalment a través de la premsa i d'enquestes, incloent un capítol introductor de vessant teòrica sobre el mateix concepte.

Al mateix temps, i com a resultat d'una línia d'investigació en comunicació local engegada per Antonio Laguna, Pérez Llavador (2000) va defensar en el seu treball de tesi un mètode d'anàlisi de comunicació política local i municipal, concretat en un estudi generalitzador en deu municipis valencians. Arran d'aquesta línia, entre comunicació política i opinió pública, Pérez Llavador (2003) va desenvolupar aquest mètode d'anàlisi en una aplicació general, així com va debatre sobre el paper de la premsa local en la construcció d'una opinió pública integradora (Pérez Llavador, 2002) i la ubicació de l'opinió pública local en un món globalitzat (Pérez Llavador, 2004).

Precisament, la construcció d'un espai públic global, que podria esdevenir en una opinió pública igualment global, va ser analitzada per Bas, Pérez Llavador, Reig i Solves (2002), a partir de les conseqüències de l'atac el 2001 a les Torres Bessones de Nova York.

Ahora, a la Universitat de València s'anava cristal·litzant la investigació en comunicació política, la qual va esclatar en consolidar-se els estudis en comunicació. Sens dubte, la producció principal es deu a Guillermo López. A la seua tesi doctoral (López, 2001a) va abordar la creació de l'opinió pública a través de l'estudi de la comunicació política a la campanya de les eleccions generals del 2000, de la qual va extraure una publicació monogràfica (López, 2004a). No sols es tracta d'una anàlisi comunicativa de la premsa, sinó que l'autor repassa el concepte d'aquesta institució i, a partir de l'estudi empíric, concreta a les conclusions les deficiències en la formació d'una opinió plural i lliure, i deixa entreveure una possible eixida en la utilització de les noves xarxes de comunicació, l'altra línia principal d'aquest investigador.

A banda, Guillermo López ha escomès els processos d'opinió pública en manifestacions per esdeveniments actuals, com ara la de la protesta contra la guerra de l'Iraq (López, 2004b i 2004c), la reacció de l'11-M (López, 2004d) i les manifestacions del 13-M (Sampedro i López, 2005).

Sobre altres bases, Rausell Köster i Rausell Köster (2002) analitzen la relació entre democràcia i periodisme, entès aquest sota l'òptica d'un mercat informatiu. Amb una mirada crítica de la producció de la cultura i la seua influència en la creació de referents de significació, proposen una modificació en el consum simbòlic per aconseguir una major plurali-

tat i participació dels ciutadans en el disseny de la seua pròpia vida. L'àmbit d'actuació política, en aquestes condicions, és el mercat i el protagonista del canvi només pot ser el consumidor.

La utilització de les tecnologies de la comunicació per augmentar la participació i adquirir un major grau de democràcia també ha estat tractada per Martín Cubas (2001), aquesta vegada des de l'àmbit disciplinari de les ciències polítiques. L'autor aplaca bona part de les pors sobre les conseqüències que alguns corrents han relacionat amb Internet, des de la desaparició de la política tradicional fins a la construcció d'una democràcia contractualista, per analitzar, de manera més realista, les possibilitats que ofereix en la formació d'una ciutadania activa i organitzada.

També sobre les possibilitats que ofereix la xarxa, Bernardo, Gavaldà, Llorca i Peris (2005) se situen a cavall de la comunicació política i comunicació pública, en presentar la relació entre una nova forma de ciutadania i l'Administració a la societat e-comunicativa.

d) Estudis sobre mitjans de comunicació i discurs politicomediàtic. El darrer apartat inclou els textos centrats en l'anàlisi del paper que exerceixen els mitjans de comunicació en la recreació/creació d'unes imatges, de significats i, finalment, d'un discurs de caire polític. Així, i en general, els estudis no entenen la institució comunicativa com a simples intermediaris, ben al contrari; la seua activitat simbòlica els situa com a actors de la comunicació política, els dota d'una activitat de significació dels esdeveniments i de reconfiguració dels discursos immersos en els seus condicionants socials i de producció.

La relació entre l'activitat dels mitjans i els esdeveniments polítics, fonamentalment en situacions extraordinàries i de crisi, és la línia que marca la investigació d'Andreu Casero, considerada globalment en la seua tesi doctoral (Casero, 2004a). En diverses aportacions complementàries, i sempre amb casos de trencament de la temporalitat, Casero ha analitzat les característiques de la producció discursivomediàtica en la construcció de la realitat. Parteix de la teoria del *cas excepcional*, engendrada per Giorgio Grossi, i aplica aquesta referència explicativa del context a diverses situacions, ara a l'esdevenir polític a Espanya com l'11-M (Casero, 2004c), ara a les crisis polítiques (Casero, 2003 i 2006). Ubicat en un corrent *culturalista* o *construccionista*, pren la realitat social política com el resultat de la negociació simbòlica entre actors i mitjans (Casero, 2004b), en un acte de recontextualització immersa en una doble dinàmica de transformació i conservació.

Amb referència a anàlisis de mitjans concrets, per acabar, cal destacar els estudis de Guillermo López (2001b) sobre els inicis de la manipulació al cinema, i el de Rius i Martínez Gallego (1994), que critica la utilització habitual que es fa dels butlletins d'informació municipal, BIM, des d'una perspectiva crítonormativa d'informació democràtica.

A mode de conclusió

Com es pot observar fàcilment del repàs efectuat, la investigació sobre comunicació política en el País Valencià es pot qualificar sense embuts de primerenca i dispersa: els estudis empírics i les aproximacions teòriques són encara molt pocs i s'han produït de forma asistemàtica i descoordinada, quasi espontània.

I les causes són bàsicament dos: la molt recent i encara no molt desenvolupada institucionalització acadèmica de la disciplina i la quasi nul·la iniciativa social respecte d'això. Pel que fa a la primera, les facultats que acullen en aquest moment assignatures, cursos, seminaris, etc., sobre qualsevol aspecte de la comunicació política són molt escasses. Crida l'atenció que, fins i tot en les especialitats pròpiament polítiques i comunicatives, l'atenció cap a aquesta matèria siga tan minsa. I quant a la intervenció social, no hi ha ara per ara cap institució pública ni privada que treballes en aquest àmbit.

És aquesta manca de context institucional la que atorga a totes les referències que hem esmentat un caràcter valent i solitari: peoner. I constatar-la, a més d'infondre'ls valor, ens obliga a continuar la tasca perquè aquest buit institucional vaja omplint-se. La comunicació social és un dels pilars fonamentals de la democràcia i l'esforç val la pena.

Bibliografia

ALCARAZ RAMOS, Manuel (1994). *Información y poder en la historia: de Prometeo a Hal 9000*. Alacant: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.

BAS, Juan José; LAGUNA, Antonio; PÉREZ LLAVADOR, Jordi; REIG, José; SOLVES, Josep (2005). «La publicidad electoral en las elecciones autonómicas de 2003 en la Comunidad Valenciana». A: FRANCH I FERRER, Vicent [coord.]. *Elecciones autonómicas y municipales de 2003 en la Comunidad Valenciana*. València: Fundació Vives per l'Humanisme i la Solidaritat: Generalitat Valenciana, p. 78-139.

BAS, Juan José; PÉREZ LLAVADOR, Jordi; REIG, José; SOLVES, Josep (2002). «Una aproximació a l'espai públic mundial». *Treballs de Comunicació* [Barcelona: Societat Catalana de Comunicació], núm. 17, p. 61-120.

BERNARDO PANIAGUA, José María; GAVALDÀ ROCA, Josep-Vicent; LLORCA I ABAD, Germán; PERIS I BLANES, Àlvar (2005). *Eciudadania i Eadminstració*. València: Universitat de València.

BOIX PALOP, Andrés (2002). «Pluralismo y libertad de expresión en la red». *Revista Española de Derecho Constitucional*, núm. 65 (maig-agost), p. 133-180.

- BOIX PALOP, Andrés; LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005). «Derecho y cuarto poder en la era digital». *Revista de Estudios Políticos*, núm. 130.
- BORDERÍA, Enric (1994). *Comunicación y propaganda en la España republicana durante la Guerra Civil: organización y estrategia*. Tesina. València: Universitat de València.
- BORDERÍA, Enric; LAGUNA, Antonio; MARTÍNEZ GALLEGU, Francesc Andreu; RIUS, Inma (2000). *Las imágenes del Parlamento*. València: Corts Valencianes.
- CASERO, Andreu (2002). «Medios de comunicación y partidos políticos en la sociedad de la información». A: ALMUIÑA, Celso; SOTILLOS, Eduardo [coord.]. *Del periódico a la sociedad de la información*. Vol. III. Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.
- (2003). «Discurso periodístico y conflicto político: la construcción de lo excepcional en los mass media». *Revista Trípodos* [Barcelona: Universitat Ramon Llull. Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna], extra 2003.
- (2004a). *La construcción mediática de la realidad política: Información periodística y «caso excepcional»*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- (2004b). «Medios de comunicación y actores políticos en situaciones de crisis: la producción negociada de la realidad política». *ZER: Revista de Estudios de Comunicación* [Bilbao: Universidad del País Vasco], núm. 17.
- (2004c). «Els mitjans de comunicació davant l'11-M: la construcció d'un "cas excepcional"». *Quaderns del CAC* [Barcelona: Generalitat de Catalunya. Consell de l'Audiovisual de Catalunya], núm. 19-20.
- (2004d). «La estrategia comunicativa de los partidos políticos: las dimensiones interna y externa». *Revista Iberoamericana de Comunicación (RIC)* [Mèxic DF: Universidad Iberoamericana], núm. 7.
- (2006). «La crisis política como fenómeno comunicativo: la emergencia del "caso crítico"». *Sphera Publica: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación* [Múrcia: Universidad Católica San Antonio], núm. 6.
- GAVALDÀ ROCA, Josep-Vicent (1994). *La telepolítica y sus récords*. València: Episteme.
- (1996). *Medioptrias y sondeoscopios*. València: Episteme.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2000). «Elecciones y marketing político: el vídeo electoral del PSOE en la campaña de 1996». A: ALEZA, Milagros; LÓPEZ, Ángel [coord.]. *Libro - Homenaje al rector de la University of Virginia*. València: Universitat de València.

- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2001a). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Tesis doctoral. València: Universitat de València.
- (2001b). «Los inicios de la manipulación en el cine como informativo: la invención de la Guerra de Cuba de 1898». A: *L'origen del cinema i les imatges del segle XIX*. Girona: Fundació Museu del Cinema.
- (2004a). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: Las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. València: Universitat de València. (Quaderns de Filologia)
- (2004b). «Internet, E-Communication and public opinion: anti-war movement in the Internet and from the Internet in Spain». A: SALA-VERRÍA, Ramón; SÁDABA, Charo [ed.]. *Towards New Media Paradigms: Contents, Producers, Organisations and Audiences*. Pamplona: Eunat.
- (2004c). «Estrategias informativas y recepción mediática: la invasión de Irak de 2003». *Comunicar: Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, núm. 22.
- (2004d). «Consideraciones sobre los efectos electorales de los atentados terroristas del 11-M». *Aposta Digital*, núm. 12 (novembre).
- MARÍN PÉREZ, Benjamín (2000). *El debate electoral cara a cara por televisión en España entre candidatos a la presidencia del gobierno: el elemento decisivo de la campaña. Elecciones generales de junio de 1993*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- (2003). «Los debates electorales en televisión». A: BERROCAL, Salomé [coord.]. *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel, p. 207-243.
- MARTÍN Cubas, Joaquín (2001). *Democracia e Internet*. València: Centro Francisco Tomás y Valiente.
- MARTÍN CUBAS, Joaquín; GARCÍA SORIANO, María Vicenta; SOLER SÁNCHEZ, Margarita (1996). «Las elecciones autonómicas del 28 de mayo de 1995 en la Comunidad Valenciana: un análisis de sus principales incidencias». *Revista Valenciana d'Estudis Autonòmics* [València: Generalitat Valenciana], núm. 15 (febrer-maig), p. 359-392.
- NINYOLES, Rafael Ll. (1979). *L'opinió pública*. 2a ed. València: Institut Valencià d'Investigació Social. [1a ed., 1968. Barcelona: Rafael Dalmau]
- PÉREZ LLAVADOR, Jordi (1994). «La influencia de la radio en la opinión pública. Las tertulias radiofónicas». A: *¿Hacia dónde va la radio?* València: Consell Assessor de Radiotelevisió Espanyola a la Comunitat Valenciana.

- PÉREZ LLAVADOR, Jordi (2000). *La comunicació política local i municipal a la província de València*. Tesis doctoral. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2002). «La prensa local como vertebración de la sociedad». A: LÓPEZ LITA, Rafael; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco; DURÁN MAÑES, Ángeles. *La prensa local y la prensa gratuita*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, p. 56-64.
- (2003). «Komunikowanie polityczne w wymiarze gminy: lokalne i nielokalne». A: *Media masowe w systemach demokratycznych*. Wrocław: Dolnoslaska Skola Wyzsza Edukacji: Towarzystwa Wiedzy Powszechnej, p. 240-258.
- (2004). «La comunicació local en la era global». *Ágora: Revista de Ciències Socials* [València: Centro de Estudios Políticos y Sociales], núm. 10, p. 51-74.
- RAUSELL KÖSTER, Claudia; RAUSELL KÖSTER, Pau (2002). *Democracia, información y mercado: Propuestas para democratizar el control de la realidad*. Madrid: Tecnos.
- REIG CRUAÑES, José (1998). *Opinión pública y comunicación política en la transición democrática*. Tesis doctoral. Alacant: Universitat d'Alacant.
- RIUS SANCHIS, Inmaculada; MARTÍNEZ GALLEGO, Francesc Andreu (1994). «Comunicación, crítica y democracia local: a propósito de los boletines de información municipal». A: *Comunicació local a la Comunitat Valenciana*. València: Federació Valenciana de Municipis i Províncies.
- SAMPEDRO BLANCO, Víctor; LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005). «Deliberación celérica desde la periferia». A: SAMPEDRO BLANCO, Víctor [ed.]. *13-M: Multitudes online*. Madrid: Libros de la Catarata.
- ZORÍO PELLICER, Miguel (1991). *Marketing político: la excelencia en el liderazgo político*. Tesis doctoral. València: Universitat de València.