

La recerca en comunicació en el País Valencià

Comunicació local i de proximitat

per Francesc Martínez Sanchis,
periodista i professor de periodisme
de la Universitat de València

Resum

La investigació de la comunicació local valenciana es caracteritza per la heterogeneïtat i la dispersió analítica. Manquen les monografies generals que abasten tot el territori. La producció bibliogràfica predominant són llibres que recullen les conclusions de diverses jornades de comunicació de proximitat realitzades durant els anys 1987-2005. Destaquen els volums editats per la Generalitat Valenciana, la Federació Valenciana de Municipis i Províncies, la Unió de Periodistes Valencians i la Universitat Jaume I de Castelló. Aquests compendis analitzen experiències i tendències comunicatives de bastants mitjans locals i comarcals. Són estudis fets amb rigor analític per especialistes i professionals del periodisme, els quals donen la seua visió particular sobre els dèficits estructurals i punts forts dels mitjans locals valencians dels últims trenta anys.

Local and Regional Communication

Abstract

Research on local Valencian communication is, analytically speaking, heterogeneous and patchy. General overviews on the entire Valencian area are lacking. Predominating the literature are books summarizing conclusions of diverse regional communication conferences held from 1987 to 2005. Noteworthy are the volumes published by the València Generalitat, the Federació Valenciana de Municipis i Províncies, the Unió de Periodistes Valencians, and the Universitat Jaume I in Castelló, comprising studies on the communication experiences and tendencies of numerous local and regional media. These studies, carried out with analytical rigor by journalism specialists and professionals, give the authors' own visions of the structural deficits and strong points of local Valencian media of the last 30 years.

Introducció

La recuperació de la democràcia després de 1975 va significar la proliferació dels mitjans de comunicació locals i comarcals en el País Valencià, un fenomen que també van experimentar altres territoris de l'Estat espanyol. Ens referim a la comunicació de proximitat, aquella que és definida per criteris d'edició i distribució (el municipi i la comarca) i per l'especialització dels seus continguts en informació local. Històricament aquests mitjans han contribuït a la descentralització del sistema comunicatiu, a una major pluralitat de veus i a la normalització de la nostra llengua i cultura. Actualment, en un panorama comunicatiu marcat per la globalització, el predomini de l'audiovisual i les noves tecnologies de la informació i Internet, els mitjans de proximitat continuen tenint una forta presència. Els mitjans tradicionals (premsa, ràdio i televisió) experimenten canvis continus (concentracions, absorcions i adaptació a la tecnologia digital), ahora que comparteixen l'escenari comunicatiu amb nous mitjans: els periòdics digitals i les webs locals d'Internet.

L'any 2005 coexistien en el territori valencià quatre-cents cinc mitjans locals i comarcals (premsa, ràdio, televisió i webs municipals), a més de sis periòdics en llengua estrangera i cent quaranta-sis edicions locals i comarcals de grans grups mediàtics de premsa i ràdio.¹ Tot això distribuït en una comunitat autònoma formada per cinc-cents quaranta-dos municipis i trenta-dues comarques. Això no obstant, malgrat la magnitud i diversitat de mitjans i el seu dinamisme en el sistema comunicatiu valencià, aquest fenomen no va associat a una recerca extensa i periòdica d'estudis que l'analitzen, són escasses les obres publicades fins ara sobre la comunicació valenciana de proximitat.

Dins d'aquest camp bibliogràfic, en aquest article no analitzarem les obres referides al camp de la història de la comunicació social dels mitjans locals i comarcals, tema que és tractat en un altre capítol d'aquest monogràfic, sinó més aviat ens centrarem en allò que s'ha investigat des del punt de vista de la metodologia dels mitjans de comunicació de masses, és a dir, les tendències comunicatives i experiències existents en la informació valenciana de proximitat dels últims trenta anys, com per exemple els consums i les audiències, la difusió, la programació i els continguts, les estructures empresarials, la situació de la professió periodística, l'ús del català o la funció social d'aquests mitjans, entre altres qüestions. A falta encara d'estudis monogràfics amplis, veurem fonamentalment els llibres que recullen les conclusions de diverses jornades sobre comunicació local celebrades durant els anys 1987-2005, entre les quals destaquen les organitzades per la Generalitat Valenciana, la Federació Valenciana de Municipis i Províncies (FVMP), la Unió de Periodistes Valencians i la Universitat Jaume I de Castelló (UJI). Jornades que són un compendi d'aportacions de desenes d'especialistes i professionals del periodisme de dins i fora del País Valencià. Cal remarcar, però, que la investigació s'ha elaborat fragmentant el territori, és a dir, es tracta en la majoria de casos d'estudis parcials que abasten per separat experiències de mitjans locals en municipis o comarques, sense tenir una visió comunicativa de conjunt de tot el territori valencià. En el País Valencià no comptem, com hi ha a Catalunya, amb un observatori de la comunicació local orientat per un grup d'investigadors vers la recerca i difusió de coneixements sobre comunicació local, les conclusions del qual es publiquen cada dos anys dins de *l'Informe de la Comunicació a Catalunya*.² Per tant, ací el panorama de recerca sobre comunicació local està marcat per la heterogeneïtat i la dispersió analítica, ja que no s'han format corrents ni grups d'investigació, i no hi ha hagut tampoc una continuïtat investigadora en

1. *Guia de la comunicació de la Comunitat Valenciana 2005*, València, Presidència de la Generalitat Valenciana. Aquesta guia no inclou els butlletins d'informació municipal.

2. Aquest informe inclou una acurada anàlisi sobre la comunicació local a Catalunya realitzada pels informers i professors de la UAB, Maria Corominas, J. Viçens Rabadan, Montse Bonet, Josep Àngel Guimerà, Miquel de Moragas, David Domingo i Miquel López.

profunditat pel que fa a anàlisis quantitatives i qualitatives dels mitjans locals i comarcals. Això no obstant, hi ha un bon nombre d'estudis parcials amb rigor interpretatiu que han fet importants aportacions.

Assentament de la democràcia

Després de la mort del general Franco, i sobretot amb més força a partir de les primeres eleccions municipals de 1979, començaren a proliferar mitjans locals per tot arreu. Una eclosió sense precedents que va saber canalitzar els sentiments d'efervescència democràtica i autònoma de bona part de la ciutadania valenciana. En aquest context, les primeres iniciatives de recerca van estar promogudes per la Generalitat, la FVMP i el Centre Universitari de Ciències de la Informació San Pablo - CEU de València, que inicià els estudis de periodisme en els anys vuitanta.

Durant els anys 1985-1994 la Direcció General de Mitjans de Comunicació Social i la Direcció General de Relacions Informatives i Ciutadanes de la Generalitat impulsaren diverses jornades de comunicació per a posar en comú experiències comunicatives. Una d'aquestes fou els Primers Encontres d'Informació Institucional, les conclusions dels quals s'editaren en un llibre en novembre de 1985.³ En aquest esdeveniment, tot i que la temàtica versà sobre experiències informatives en l'Administració autonòmica, la comunicació local començà a tenir una discreta participació. Josep Garés Crespo, excoordinador del periòdic comarcal institucional *Ribera Alta*, va analitzar el fenomen de la proliferació dels butlletins d'informació municipal (BIM) editats pels ajuntaments, i va encunyar una vella dita que defineix amb molta claredat l'objectiu polític d'aquestes publicacions: «Fer-ho bé, i fer-ho saber» (Garés, 1985: 138-140).

Poc de temps després, en 1987, la Generalitat va editar *La informació a la Comunitat Valenciana*, amb l'objectiu d'analitzar el paper que complien els mitjans de comunicació en l'assentament de la democràcia i l'autonomia. Aquesta obra, amb vocació de totalitat, inclou sucints informes dels principals mitjans valencians. El llibre també incorpora dos interessants capítols referents a la premsa local i comarcal, fet que denota la importància quantitativa que ja estaven adquirint aquests mitjans. El primer és l'article d'opinió i d'anàlisi «La llarga lluita de la premsa comarcal i perspectives de futur», de Salvador Soria Sanchis, periodista format en la premsa local de l'Horta del Sud que anys després arribaria a ser director de Canal 9 Radio. Soria ja assenyalava les dificultats que tenien els petits periòdics locals autòctons per a sobrevi-

3. El títol del llibre: *Informació institucional: Primers encontres*. L'obra compta amb articles de deu especialistes, entre d'altres els periodistes valencians Josep Vicent Marqués i Manuel Muñoz.

re: feblesa empresarial, periodicitat irregular, redaccions poc estructurades i duració efímera. Una tendència que continuarà vigent en l'actualitat. Curiosament aquestes febleses tenien lloc en els primers anys vuitanta, un moment en què començaven a arrancar les edicions comarcals de *Levante-EMV* i *Las Provincias*. A més a més, aquest llibre inclou sota l'epígraf «Actualització any 1987. Premsa comarcal» un conjunt de quadres amb dades de tretze periòdics comarcals i vuitanta-cinc locals, tant privats com institucionals, amb informació referent al tiratge, any d'aparició, ús del valencià, finançament, continguts, nombre de pàgines i format. Es tracta d'una primera aproximació a la premsa local i comarcal valenciana en un temps en què aquests periòdics es mantenen en zones d'ombra de distribució dels grans diaris radicats a les ciutats d'Alacant, Castelló i València.

Després d'aquestes dues obres haurem d'esperar fins a 1994 per a veure una nova producció bibliogràfica. Aquest any va ser prolífic en el camp de la comunicació local: se celebraren a la ciutat de València les Jornades de les Administracions Públiques sobre la Ràdio i les Jornades de Comunicació Local a la Comunitat Valenciana. Dos esdeveniments on s'analitzà per primera vegada amb amplitud l'estat de la informació de proximitat valenciana. Les conclusions d'aquestes jornades s'han publicat en sengles llibres, i ofereixen anàlisis documentades que han sigut el punt de partida i de referència d'investigacions posteriors.

Les Jornades de les Administracions Públiques sobre la Ràdio van tenir lloc en un moment en què començava a consolidar-se el procés de transferències de competències de radiodifusió a les comunitats autònomes. Diversos plans tècnics de radiodifusió sonora (1978, 1979 i 1989) havien materialitzat l'adequació de la radiodifusió a la nova organització estatal democràtica. En 1989 naixia Canal 9 Radio, emetien diverses ràdios lliures i a partir de 1992 s'inicia l'expansió de les emissores municipals. Al mateix temps, els grans grups mediàtics de ràdio van conquistant el mercat radiofònic valencià mitjançant l'aplicació de fórmules empresarials de contracte d'associació, absorció per transferència o compra i adquisició d'emissores locals a través d'empreses filials. En aquest context comunicatiu, les esmentades jornades eren oportunes. La publicació resultant d'aquestes jornades recull les anàlisis de més de quaranta tècnics i polítics de quinze comunitats autònomes, entre les quals estaven representades Catalunya, Balears i el País Valencià. Els ponents analitzaren les condicions tècniques de les concessions de les FM, el règim de sancions contra la proliferació d'emissores il·legals i el fenomen ja constatat de les concentracions de mitjans. La ràdio local valenciana es va analitzar en el marc general estatal. De fet, en les jornades es van presentar les necessitats de les comunitats autònomes atenent l'aleshores vigent Pla Tècnic Nacional de FM de 1989. Pel que fa l'àmbit valencià, es va reivindicar l'ampliació de l'oferta i de les concessions de

FM privades, així com la potenciació de les emissores municipals i les de caràcter educatiu i cultural. Tanmateix, en aquesta obra domina la visió tecnòcrata enfront de la periodística i universitària, ja que els ponents són tècnics de l'Administració pública i hi ha una absència de periodistes i professors.

Municipalisme i comunicació local

L'altre esdeveniment rellevant foren les Jornades de Comunicació Local a la Comunitat Valenciana, les conclusions de les quals es recullen en un gruixut llibre de 423 pàgines que rep el mateix títol que les jornades. Aquesta obra sintetitza les reflexions teòriques i les experiències d'un bon ventall de mitjans valencians a càrrec d'una cinquantena d'especialistes, entre els quals hi trobem professors, periodistes, directius de mitjans i tècnics de comunicació. En aquesta obra hi ha una gran diversitat analítica i heterogeneïtat d'especialistes. Però sobretot el llibre constata la vitalitat d'un nou poder democràtic emergent, el municipalisme, i amb ell la força que estaven adquirint els mitjans de proximitat. És, per tant, una obra imprescindible de consulta per a tots els agents que intervenen en la comunicació local. Les jornades foren organitzades per la Generalitat, la FVMP i el San Pablo - CEU, amb la col·laboració de la UIMP de València i les diputacions provincials de Castelló, València i Alacant. Es realitzaren en plena conquesta dels *trusts* nacionals mediàtics del mercat de la premsa i ràdio local, i en un moment en què les televisions locals ja estaven presents en molts municipis.

Aquesta obra es divideix en sis ponències amb la seues corresponents taules d'experiències. Sis capítols on s'analitzen la gestió pública dels gabinets de comunicació en les entitats locals, les publicacions institucionals (els BIM), les seccions d'informació local en els grans mitjans privats d'àmbit provincial i regional, l'aplicació de les noves tecnologies en els mitjans locals i el paper de la ràdio i televisió locals. L'elevat ventall temàtic i la gran qualitat i rigor de les jornades, s'explica no només per les institucions implicades, sinó també per les persones que formaven part del comitè organitzador, entre les quals trobem els historiadors de la comunicació social valenciana Antonio Laguna Platero i Antonio Vallés Copeiro del Villar, a més del tècnic de la FVMP Eugenio J. de Manuel Rozalén i Manuel Alcaide Olmos.

Pel que fa al capítol dels gabinets de premsa, aquest llibre recull les anàlisis de Ricard Triviño i Estrella Israel sobre les relacions de vegades tibants entre el poder polític, els periodistes institucionals i els mitjans privats. Unes reflexions que compten amb l'exposició de les experiències dels gabinets de comunicació dels ajuntaments de València, Sogorb, Aldaia i Castelló. Així mateix, en l'apartat dels BIM, hi ha un crític

article dels professors Francesc-Andreu Martínez i Inmaculada Rius sobre el paper d'aquestes publicacions als pobles, en el qual plantegen els dèficits informatius dels butlletins municipals alhora que reivindiquen més quotes de pluralitat i de participació ciutadana. En aquest panell es mostren les experiències dels BIM de Paiporta, Alberic, Petrer, Torrent, Asp i Altea.

Una altra vessant estudiada és el paper de les seccions d'informació local i de les edicions comarcals dels grans mitjans escrits i audiovisuals, tema introduït per Antonio Laguna i que compta amb articles de Pedro Muelas del *Levante-EMV*, Arturo Sanromán d'Onda Cero, Jesús Montesinos del *Mediterráneo* i Carlos Peters del periòdic en llengua estrangera *Blanca Nachrichten*. El professor Laguna apuntava les grans possibilitats de mercat que oferia la premsa comarcal i les dificultats de la premsa autòctona per a sobreviure enfront de la competència dels grans diaris provincials, els quals aprofiten més les sinergies tècniques i humanes i fan productes de més qualitat i major difusió. De fet, aquell any 1994 el *Levante-EMV* comptava ja amb cinc edicions a la Safor, la Ribera, Castelló, la Costera, la Vall d'Albaida i el Camp de Morvedre. I posteriorment crearia les edicions de l'Horta, Requena-Utiel i d'Alacant. I la mateixa política comarcalista faria el seu immediat competidor *Las Provincias*.

Quant a la situació de la ràdio, cal destacar les acurades anàlisis d'Antonio Vallés al voltant de la regulació radiònica de les emissores, i el de la professora Inmaculada Aguilar sobre la gènesi i el desenvolupament de la ràdio local valenciana. Tots dos coincideixen en la necessitat de potenciar les vies de concessió de les emissores municipals i culturals per a fomentar el pluralisme informatiu. Però aquest desig no es compliria en el futur, ja que el procés de concessió de llicències per a aquestes emissores està paralitzat actualment. En aquest panell s'expliquen les experiències de Radio Escavia i les emissores d'Elda, l'Eliana, l'Alfàs del Pi, Vila-real i Benicarló.

Finalment, en els capítols sobre la televisió i les noves tecnologies de la informació, es partia d'un buit analític més gran. Per una banda, la revolució informàtica sí que havia canviat els hàbits de treball en els mitjans de comunicació locals valencians, però, per altra banda, la xarxa d'Internet arrancava en 1994 i la usava una minoria sense tenir encara una aplicació a través dels espais web. De fet, la primera web institucional del País Valencià la posà en marxa l'UJI en 1996. I pel que fa a la televisió, si bé la mundialització de la tecnologia audiovisual era una realitat en 1994, el fenomen televisiu era recent en terres valencianes, ja que la primera televisió local, Telecarlón de Benicarló, començà a emetre en 1984. Per això, en aquesta obra no trobem estudis sobre el sector de la televisió local valenciana, malgrat que aquell any es comptaven quaranta-cinc emissores. Així doncs, el plantejament realitzat en aquest

llibre pel professor del San Pablo - CEU Celestino J. López va encaminat a obrir noves línies d'investigació futures sobre el tema. No obstant això, l'obra exposa les experiències de les televisions de Mislata, Puçol, Elx i Calp, Sagunt, cosa que ens proporciona una succinta radiografia sobre la programació i el finançament de les primeres televisions locals valencianes.

Periodisme de comarques a Torrent

Després d'aquestes publicacions hi va haver un parèntesi de vuit anys on a penes es feren avanços bibliogràfics. Una excepció la trobem en la revista *Saó*, que va elaborar en 1996 el suplement especial titulat *Prensa local al País Valencià*. Una profunda reflexió sobre l'estat de la premsa comarcal a cura dels professors del San Pablo - CEU Antonio Laguna, Antonio Vallés i Pedro Ortiz Simarro, així com dels periodistes Javier Ruiz de *Las Provincias* i Jesús I. Bosch de *Levante-EMV*, amb una entrevista a Ezequiel Castellano, aleshores director d'*El Periòdic*, una capçalera en valencià que temps després serà comprada per Hermes Comunicacions de Girona i reconvertida en *El Punt*.

Es realitzaren també durant els anys noranta algunes jornades que no editaren les conclusions, com per exemple les convocades per la Unió de Periodistes Valencians a Gandia i Dénia, o el congrés «La premsa local comarcal a debat», organitzat per l'Institut d'Estudis Comarcals de l'Horta del Sud a Torrent del 25 al 29 de novembre de 1996. Esdeveniments que malgrat comptar amb el suport d'institucions acadèmiques toparen amb el desinterès de la Generalitat.

Davant aquest buit, la Unió de Periodistes Valencians (UPV) va reprendre la torxa i aglutinà de nou el periodisme de comarques en les III Jornades de Mitjans de Comunicació Locals i Comarcals, celebrades a Torrent el 10 i 11 de juny de 2000. Els estudis i ponències d'aquestes jornades s'editarien dos anys més tard en el llibre *La informació valenciana de proximitat*. En el breu temps que separa els llibres editats per la FVMP i la UPV s'havien produït canvis importants en el panorama comunicatiu local que calia explicar. Aquestes novetats foren analitzades en les jornades de Torrent per una vintena de periodistes i professors, entre els quals figuraven Enrique Bustamante, Joan Macià Mercadé, Josep Vicent Marqués, Rafael Xambó, Ezequiel Castellano, Vicent Partal i Fernando Delgado. Les principals aportacions d'aquesta obra són haver tractat el fenomen de la premsa en valencià, l'aparició de la premsa digital, l'expansió dels espais web municipals, la situació d'irregularitat jurídica de les televisions locals, la precarietat professional dels periodistes locals i la consolidació quasi total dels grans grups mediàtics forans en el mercat de la premsa i ràdio locals i comarcals.

Els temes generals del llibre editat per la Unió de Periodistes són introduïts pel professor del San Pablo - CEU de Madrid Joan Macià i el catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Complutense de Madrid, Enrique Bustamante. Ambdós són autors d'una ingent obra bibliogràfica sobre comunicació. En primer lloc, Joan Macià, amb el títol «El periodismo local i comarcal: el valor de la informació más próxima», dóna una visió teòrica bàsica sobre el paper de la premsa local i fa especial menció a l'experiència de la premsa comarcal a Catalunya. Ací Macià empra un to narratiu reivindicatiu sobre els valors en alça de la comunicació local, un discurs que ja trobem en altres obres significatives de l'autor, com per exemple el llibre *La comunicación regional y local*.⁴ En segon lloc, Enrique Bustamante, en l'article «Las televisiones locales en España», fa una dura crítica a la manca d'una legislació anticoncentració de mitjans que evite el predomini dels grans grups nacionals i internacionals en l'àmbit local, amb tot el que això suposa d'aculturació i pèrdua d'identitat del sistema comunicatiu. I sobretot tenint en compte l'hegemonia de la televisió enfront dels altres mitjans, ja que en els anys noranta es consolida la integració del sector tradicional de l'audiovisual (cinema i televisió generalista) als nous suports tècnics del vídeo, la televisió per satèl·lit i el cable i la tecnologia digital. Aquest fenomen, segons Bustamante, ha produït un fort retrocés de l'espai públic en la comunicació de proximitat i ha anul·lat les expectatives de moltes emissores municipals, lliures i culturals. En aquesta exposició, Bustamante fa una anàlisi retrospectiva sobre l'expansió de l'audiovisual en la línia metodològica de *La televisión económica*, un del seus llibres més significatius.⁵

Una de les principals contribucions de les jornades de Torrent, com s'ha dit abans, és haver analitzat la inestabilitat jurídica de les televisions locals. Un tema explicat per Enrique Bustamante i Pilar Soler, tècnica de la Direcció General de Comunicació de la Generalitat Valenciana. L'any 2000 la majoria de les televisions locals eren il·legals. La Llei de televisió local per ones terrestres de 1995 no va anar acompanyada d'un pla tècnic nacional per a fer els corresponents concursos d'adjudicació de freqüències, per la qual cosa les televisions nascudes després d'aquest any no tenien llicència, però vivien en una situació alegal davant la permissivitat de l'Administració. En aquesta situació irregular es trobaven setanta-nou de les cent vint-i-set televisions locals valencianes que emetien en 1999, cosa que comportava certa inestabilitat econòmica i laboral i

4. J. MACIÀ MERCADÉ (1993), *La comunicación regional y local: Dinámica de la estructura de la información en la España de las autonomías*, Madrid, Ciencia 3. Aquest llibre editat en 1993, convertit ja en una obra de referència sobre comunicació local a l'Estat espanyol, inclou dos capítols referents a l'estructura i el desenvolupament de la informació valenciana en 1990 i 1991.

5. E. BUSTAMANTE (1999), *La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados*, Madrid, Geodisa, col·l. «Estudios de Televisión».

persecució política, ja que en qualsevol moment si criticaven el poder podien ser tancades.⁶

La informació valenciana de proximitat recull també un acurat article del professor de la Universitat de València Rafael Xambó, titulat «Els mitjans de comunicació locals valencians davant el repte de la globalització», on planteja la dialèctica entre local i global i la necessitat d'impulsar polítiques que faciliten la participació democràtica ciutadana en la comunicació pública, així com el foment d'una informació local activa i creativa enfront de la homogeneïtat i la rutina informativa dels grans mitjans. Així mateix, el llibre inclou un interessant raonament «El fenomen de la premsa comarcal en valencià», a càrrec d'Ezequiel Castellano, director de la delegació d'*El Punt* en el País Valencià, qui fa una defensa valenta a favor de la comunicació local i comarcal en català, una premsa més arrelada a la realitat del territori i alternativa als mitjans en castellà actualment majoritaris. Tant Xambó com Castellano posen de relleu una situació que pateix el sistema sociocomunicatiu valencià actual: una manca de voluntat de defensa de la identitat cultural valenciana per part de la Generalitat, i amb això una falta de política comunicativa pròpia, cosa que ha provocat la conquesta del mercat informatiu local i comarcal per part dels grups mediàtics estatals forans, i per tant una manca de mitjans més arrelats als valors autòctons de les comarques i a la llengua pròpia. Ezequiel Castellano ho resumeix de la manera següent: «En el nostre cas, per les característiques tan peculiars, producte de la nostra història, disposem d'una premsa provincial, una ràdio colonial i una televisió valenciana que ens comunica en castellà el 80 %» (Castellano, 2002: 135).

Finalment, el llibre, seguint la línia clàssica organitzativa de jornades, inclou també panells que expliquen les experiències i tendències comunicatives de diversos mitjans, seguint una metodologia clàssica basada en les descripcions de l'estructura, l'organització i la funció social dels mitjans analitzats. Així, apareixen els casos pràctics del diari *Ciudad de Alcoy*, el mensual *El Cresol* de l'Horta del Nord, el grup Informaciones L'Horta i el diari digital en català *Vilaweb* fundat i dirigit pel periodista valencià Vicent Partal, que aquell any tenia dos-cents cinquanta mil lectors segons l'OJD i vuitanta edicions locals. A més, també s'exposen altres iniciatives singulars com la revista d'informació femenina *Atenea* de Torrent i el petit *holding* mediàtic local públic de l'Ajuntament de Mislata format pel BIM *Notícies*, Canal 35 TV i Canal 35 Ràdio. Així mateix, també hi ha un apartat dedicat a les edicions locals i comarcals dels grans mitjans on s'analitza el cas del *Levante-EMV* i la SER de Castelló, temes abordats per Jesús I. Bosch i Jesús López, respectivament.

6. Sobre la situació de les televisions locals valencianes, vegeu també l'informe: F. MARTÍNEZ i E. COSTA (2000), «Dossier: el fenomen de les televisions locals», *Periodistes* (València, Unió de Periodistes Valencians), núm. 10, p. 8-11.

Pensar el país mediàticament

Davant tantes recerques parcials sobre comunicació local sorgeix la necessitat d'estudis amb interpretacions que abastaren tot el territori. Rafael Xambó ha realitzat un meritori intent de donar una visió de conjunt del sistema informatiu valencià actual en la seua obra *Comunicació, política i societat: El cas valencià*. Aquest llibre analitza la construcció i les disfuncions de l'espai sociocomunicatiu del País Valencià des del franquisme ençà, i els conflictes polítics associats, sobretot el debat sobre el nom de la llengua. I ho fa interrelacionant els mitjans de Madrid ubicats en el nostre territori, els mitjans autonòmics públics, els mitjans provincials i regionals privats, i els mitjans locals i comarcals. Tots són actors en un mateix escenari comú, i a tots analitza partint dels orígens, l'evolució i l'estructura. Xambó pensa el país des del punt de vista de la comunicació, i fa nombroses referències a la informació de proximitat. Introdueix en aquest llibre diversos capítols dedicats a la comunicació local, que apareix inserida amb la resta d'actors mediàtics, i aborda qüestions com ara la premsa local i comarcal (capçaleres, tiratge i línia editorial), la premsa clandestina (també local i comarcal), l'hegemonia mediàtica dels grans diaris d'edicions comarcals en castellà editats a les tres capitals de província, la premsa gratuïta de gèneres diversos, el català en la premsa local i comarcal, la dependència radiofònica de les grans cadenes estatals, l'oferta radiofònica en l'àmbit local i comarcal, el català en la ràdio local, i finalment l'oferta de la televisió local. Un ventall ampli on el sociòleg analitza també la influència social dels mitjans locals i les seues febleses. La tesi de Xambó és reveladora. El País Valencià no ha desenvolupat polítiques nacionals de comunicació pròpies que afavorisquen el desenvolupament dels mitjans autòctons i neutralitzen el poder empresarial dels grans grups mediàtics que apliquen sistemes de comunicació mercantilista, fet que ha impedit la configuració d'un sistema comunicatiu local i comarcal fort, caracteritzat també per una feble capacitat associativa.

Més sintètic, però no per això menys rigorós, és l'estudi d'Antonio Laguna titulat «La comunicació local-comarcal al País Valencià», un article inclòs en el llibre *L'aportació de les comarques al patrimoni valencià*. Aquesta obra recull les conclusions de la primera jornada organitzada per la Federació d'Institut d'Estudis Comarcals del País Valencià (FIECOV), celebrada a València en 2001. En aquest treball Laguna fa un repàs als orígens de la comunicació local (la premsa i la ràdio), el reviscolament de la premsa comarcal en democràcia i el fenomen de la concentració de mitjans, alhora que dóna una radiografia del consum de mitjans pels valencians en 1999.

Els congressos ComLoc de Castelló

Entrats ja en el segle XXI, la Universitat Jaume I (UJI) de Castelló posa en marxa una iniciativa que canviarà el panorama de la recerca en comunicació de proximitat. Es tracta de l'anomenat ComLoc, el Congrés de Comunicació Local, sota la coordinació de l'Àrea de Comunicació Audiovisual i Publicitat dirigida pel catedràtic Rafael López Lita, qui coordina la iniciativa juntament amb Francisco Fernández Beltrán i Ángeles Durán Máñez. El ComLoc compta amb el suport del diari *Mediterráneo*. Durant els anys 2002-2006 l'UJI ha organitzat sis congressos ComLoc, i ha publicat les conclusions en la col·lecció «Humanitats». Fins ara s'han publicat cinc obres, que són les següents:

- *La prensa local y la prensa gratuita.*
- *Radio y televisión en el ámbito local.*
- *La publicidad local.*
- *La comunicación local por Internet.*
- *La comunicación corporativa en el ámbito local.*

Aquests llibres, que sumen més de dues mil quatre-centes pàgines, recullen un compendi d'anàlisis i reflexions teòriques i pràctiques de més de dos-cents especialistes de tot l'Estat.

Quan arranca el ComLoc ens trobem amb un escenari mediàtic canviant, en contínua adaptació tecnològica i empresarial, amb repercussions tan profundes que les conseqüències d'aquestes encara estem explicant-les i ben segur les continuarem analitzant en els pròxims anys. En 2002 ja estava totalment apuntalat a l'Estat espanyol la regionalització de la premsa nacional, alhora que continuava avançant la concentració en la premsa regional i local. Una última manifestació d'aquest procés en el País Valencià la trobem amb la compra dels històrics diaris *Ciudad de Alcoy* i *Mediterráneo* pel Grupo Z. Juntament amb això s'estava produint un boom dels periòdics gratuïts, que també arriben a l'àmbit local i comarcal, i una espectacular expansió de la comunicació local per Internet, la qual es materialitza amb el naixement de diaris digitals comarcals i desenes d'espais i portals web locals. Aquests canvis s'uneixen a una forta segmentació de les audiències, una readaptació de les estratègies de publicitat en l'espai local i la creació de grups multimèdia regionals i locals, com és el cas de Las Provincias Multimedia, empresa incorporada al grup Vocento que agrupa l'històric diari *Las Provincias*, el gratuït *El Micalet*, LP Televisió i LP Punto Radio. Una empresa que, a més, va obtenir a finals de 2005 la concessió d'una llicència autonòmica de televisió digital. Tot aquest panorama canviant s'intenta analitzar en els llibres de ComLoc.

En 2002 apareix la primera d'aquestes publicacions, *La prensa local y la prensa gratuita*, en una data en què *Mediterráneo* celebrava el 75è

aniversari de la seua capçalera original, el *Diario de Castellón*. El llibre s'estructura en vuit capítols, els quals agrupen a la vegada un conjunt d'anàlisis sobre la premsa local de pagament i gratuïta, l'impacte d'Internet, els gabinets de comunicació en l'àmbit local, el futur professional del periodista local, l'opinió pública i la comunicació local, la publicitat, i la comunicació local davant la globalització. Són temes de reflexió ja clàssics en altres esdeveniments semblants però ara amb visions actualitzades. En aquesta obra hi trobem la participació de figures conegudes i rellevants en la comunicació local, com ara Jaume Guillamet, Antonio Franco, Jesús Montesinos i Javier Fernández del Moral. L'obra recull bastants plantejaments teòrics ja coneguts sobre què és la informació de proximitat i les seues perspectives de futur, però incorpora també noves aportacions analítiques no abordades abans, com per exemple la credibilitat dels diaris gratuïts, la responsabilitat de premsa local en la vertebració de la societat i la seua posició en un mercat cada vegada més concorregut, diversificat i segmentat.

Pel que fa a les propostes periodístiques, aporten informació les experiències de la premsa gratuïta basca que explica Idoia Camacho, així com l'*Informe de la Comunicació Local a Catalunya 2001* de l'Observatori de la Comunicació Local i l'experiència del periòdic digital *Vilaweb* per Mar Iglesias. Així mateix, també resulta il·lustrativa l'anàlisi de José Antonio Garzón *Minidiario de la Comunidad Valenciana* sobre el pioner i primer diari gratuït de València nascut en 1992 i que té una edició local a Alacant. Aquesta obra, tot i que recull molts punts de vista, compta amb una modesta presència valenciana.

El segon volum de ComLoc, titulat *Radio y televisión en el ámbito local*, analitza aquests mitjans atenent aspectes com ara la publicitat i el finançament, l'exercici del periodisme, la programació i els continguts, el marc jurídic del sector audiovisual i els grups de comunicació en l'espai local. Un ventall també ampli que compta amb les aportacions de més de seixanta especialistes, entre els quals destaquen Miquel de Moragas, Àngel Faus i Enrique Bustamante, els quals analitzen la situació general dels mitjans audiovisuals a Espanya. El llibre tracta el problema del creixement sense control d'emissores de ràdio i televisió il·legals, així com la conquesta de l'espai radiofònic i televisiu local per les grans cadenes. La proliferació d'emissores il·legals no és un problema baladí. De fet, segons l'Asociación de Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), en 2002 el 80 % de les 897 televisions locals comptabilitzades a Espanya no tenien concessió administrativa de freqüència, alhora que el 31,4 % d'aquestes formaven part de grans grups de comunicació nacionals i internacionals.⁷ Una tendència que s'arrossega des dels anys

7. ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (2002), *Censo de televisiones locales*, Madrid, AIMC.

noranta i que actualment s'està tancant en fals en algunes comunitats autònomes amb la concessió de llicències de televisió digital terrestre a grups estatals de la comunicació.

Finalment, aquesta obra, a diferència del primer volum, recull un ampli ventall d'experiències comunicatives d'emissores valencianes com ara Radio Escavia, Radio Clara, Ser Maestrat, la 97.7 Valencia, Planavisió, Televisión de Castellón, així com anàlisis sobre la situació del sector audiovisual en el País Valencià i Andalusia. També apareixen comunicacions sobre la ràdio i televisió per Internet, i el futur de la televisió digital, temes analitzats per Magdalena Mut, Kety Betés i José María Legorburu.

En la mateixa estructura analítica es publica en 2004 *La publicidad local*. En aquest llibre cinquanta-cinc especialistes analitzen el paper dels mitjans locals en la gestió de la publicitat. Així trobem estudis al voltant de les noves formes de programació de les campanyes de publicitat que tracten d'integrar en una única visió els àmbits global i local, els canvis en la gestió dels comptes locals que han d'adequar les seues realitats a la nova realitat del mercat, la gestió dels recursos humans, el creatiu local en un món globalitzat i els canvis estructurals i tecnològics que afecten el sector, entre altres qüestions.

El quart llibre publicat per l'UJI de la sèrie ComLoc és *La comunicación local por Internet*. L'objectiu d'aquesta obra, en la qual participen més de vuitanta especialistes, ha estat debatre el present i el futur de les noves tecnologies, estudiar les relacions entre ciutadans, mitjans i Administració pública, i sintetitzar el marc jurídic del sector de la comunicació per Internet. Pel que fa al País Valencià, l'obra inclou anàlisis de comunicació en la xarxa en la ràdio municipal i televisió local valencianes i els espais web al Camp de Morvedre.

L'últim llibre publicat per ComLoc, *La comunicación corporativa en el ámbito local*, va eixir a la llum en 2006. Recull articles de cinquanta-quatre especialistes que analitzen la identitat i la marca corporativa als ajuntaments, empreses, partits polítics i entitats esportives, i aborda qüestions com ara l'aplicació de les noves tecnologies a la comunicació interna, la relació de les institucions amb els mitjans de comunicació i el paper dels gabinets de premsa, webs i ràdios municipals en la configuració de la imatge corporativa. Tot i que l'obra incorpora experiències d'altres llocs d'Espanya, són il·lustratives les anàlisis sobre la comunicació corporativa en les administracions públiques realitzades pels periodistes valencians Xavier Aliaga, Daniel Nager, Ana Rosa Sanfeliu i Fabrizio Muzzati. Així mateix, el llibre incorpora anàlisis d'experiències de la ràdio municipal de Llosa de Ranes i entitats locals esportives d'Elx, a més d'un interessant article del professor Francisco López Cantos (especialista en les televisions locals de Castelló) sobre la imatge corporativa de les

cadena de televisió. En definitiva, un recull de reflexions sobre els reptes de la comunicació institucional local i el seu paper com a ferramenta de persuasió.

Investigació sobre la televisió local

Els estudis són encara molt recents. Predominen les obres generals referents a tot l'Estat espanyol i altres comunitats autònomes més estudiades com Catalunya, on hi ha una àmplia bibliografia sobre el tema. En l'àmbit valencià, fins ara s'han publicat majoritàriament articles especialitzats sobre el tema en revistes i congressos, articles que ofereixen visions parcials i que recullen sobretot els censos de televisions locals que fa cada dos anys l'AIMC. No obstant això, ja ha començat la fase de fer obres de major abast. La més recent és *La situación de la televisión local en España*, de Francisco López Cantos, professor de la Universitat de València. Un llibre publicat en juny de 2005 que fa un recorregut general per la història de la televisió local, analitzant el context socioeconòmic, polític i comunicatiu en què s'ha implantat. El text es completa amb un informe extens i detallat titulat «La TVL local en el sistema de televisión valenciano», on l'autor analitza el conjunt de les televisions locals que operen en la província de Castelló. Es tracta del primer estudi amb profunditat que fa una anàlisi del sector de la televisió local en un àmbit territorial valencià prou ampli per a extrapolar conclusions a la resta del territori. De fet, l'obra de López Cantos no oblidia res. Analitza qüestions com ara la cobertura, l'estructura empresarial i el sistema de gestió, els recursos tècnics i humans, la programació, l'ús del valencià, la situació econòmica i financera i les condicions actuals en què es desenvolupa el sector. L'autor arriba a la conclusió que el sector està conformat majoritàriament per petites empreses amb objectius comercials, mentre que les institucions públiques estan representades de manera marginal, i en aquest sentit el sistema televisiu està aïllat de poder contribuir eficaçment al desenvolupament de les comunitats ciutadanes en les quals s'insereix. Tot això acompanyat d'un ampli annex amb gràfics que inclouen nombrosos camps d'estudi de la televisió local a Espanya i el País Valencià. En definitiva, una obra imprescindible per a comprendre l'evolució de la televisió local valenciana i alguns entrebancs sobre la transició de la televisió analògica a la digital.

Una altra aportació als estudis de la televisió local és *El Quadern* de maig de 2005 de la revista *Saó* titulat *Els reptes de la televisió digital local*. Un conjunt d'articles especialitzats a càrrec d'Adolfo Montalvo, Francesc Martínez, Vicent Palasí i Josep Miquel Garriga, que analitzen l'impacte del Pla Nacional de Televisió Digital (TDT) de 2004 en el País Valencià, i ofereixen informació molt actualitzada sobre les demarcacions de TDT valencianes, les dificultats de la transició de la televisió ana-

lògica a la digital, les noves possibilitats comunicatives que comporta la TDT, les expectatives de negoci que desperta la nova televisió, i la lluita dels grans grups per a controlar l'únic camp de la comunicació local valenciana que encara no havien dominat del tot. Un conjunt d'anàlisis que ja avançaven algunes situacions que es produiran temps després, com per exemple l'adjudicació de les llicències de TDT locals pel Consell Valencià a grans conglomerats mediàtics forans de línia conservadora, cosa que ha configurat un nou mapa televisiu on moltes televisions petites estan condemnades a desaparèixer.

Cal apuntar, pel que fa a la televisió, que els últims estudis publicats han eixit a la llum abans de l'adjudicació de les llicències de TDT, que tingué lloc a finals de desembre de 2005, i en un moment en què es debat a les Corts valencianes l'Avantprojecte de llei del sector de l'audiovisual valencià, presentat pel Consell en febrer de 2005. Per tant, estem en un moment de transició i de canvis, que caldrà explicar i analitzar en un futur pròxim. De fet, la TDT i les noves tecnologies de la informació estan afavorint la proliferació de grups multimèdia en l'àmbit de la comunicació local valenciana, fet que ens convida a redefinir des de la perspectiva del segle XXI què és allò local i cap a on va la informació de proximitat.

Bibliografia

BUSTAMANTE, E. (1999). *La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados*. Madrid: Geodisa. (Estudios de Televisión)

Comunicació local a la Comunitat Valenciana (1994). València: Departament de Publicacions de la Federació Valenciana de Municipis i Províncies.

COSTA, E.; MARTÍNEZ, F. (2000). «Dossier: el fenomen de les televisions locals». *Periodistes* [València: Unió de Periodistes Valencians], núm. 10, p. 8-11.

«Els reptes de la televisió digital local». *Saó* [València: Saó], núm. 295 (maig 2005): *El Quadern*, p.15-26.

Informació institucional: Primers encontres (1985). València: Generalitat Valenciana.

Jornadas de las Administraciones Públicas sobre la Radio (1995). València: Generalitat Valenciana. Presidència i Direcció General de Mitjans de Comunicació Social i Relacions Informatives.

La informació a la Comunitat Valenciana (1987). València: Presidència de la Generalitat Valenciana.

LAGUNA PLATERO, A. (2002). «La comunicació local-comarcal al País Va-

- lencià». A: CASANOVA, E.; ESTEVE, A. *L'aportació de les comarques al patrimoni valencià*. València: Federació d'Instituts d'Estudis Comarcals del País Valencià, p. 45-59. [Edició revisada]
- LÓPEZ CANTOS, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. València: Publicacions de la Universitat de València. (Aldea Global; 18)
- LÓPEZ LITA, R.; FERNÁNDEZ BELTRÁN, F.; DURÁN MAÑES, A. [ed.] (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I. (Humanitats; 9)
- (2004). *La publicidad local*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I. (Humanitats; 13)
- (2005a). *La comunicación local por Internet*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I. (Humanitats; 20)
- (2005b). *La comunicación corporativa en el ámbito local*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I. (Humanitats; 3)
- LÓPEZ LITA, R.; FERNÁNDEZ BELTRÁN, F.; VILAR MORENO, F. [ed.] (2003). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I. (Humanitats; 12)
- MACIÀ MERCADÉ, J. (1993). *La comunicación regional y local: Dinámica de la estructura de la información en la España de las autonomías*. Madrid: Ciencia 3.
- MARTÍNEZ GALLEGO, F.; BAS PORTERO, J. J. (1999a). «De la libertad de expresión a la concentración radiofónica. La radio valenciana (1978-1989)». A: VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, A. [coord.]. *Historia de la radio valenciana (1925-1998)*. València: Fundación Universitaria San Pablo - CEU, p. 215-345.
- (1999b). «Panorama de actualidad radiofónica: autonomía, municipalismo y concentración multimedia (1989-1998)». A: VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, A. [coord.]. *Historia de la radio valenciana (1925-1998)*. València: Fundación Universitaria San Pablo - CEU, p. 215-345.
- MARTÍNEZ SANCHIS, F. [ed.] (2002). *La informació valenciana de proximitat*. València: Unió de Periodistes Valencians.
- «Premsa local al País Valencià». *Saó* [València: Saó], núm. 195 (1996): *El Quadern*, p. 21-32.
- XAMBÓ, R. (2001). *Comunicació, política i societat: El cas valencià*. València: Edicions 3 i 4.