

QUALITAT DEL PERIODISME AL PAÍS VALENCIÀ

ANÀLISI DEL CAMP I ANÀLISI PRAGMA-DIALÈCTICA DELS
ARGUMENTS I OPINIONS DELS PERIODISTES

MÒNICA PARREÑO
MÀSTER SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ
UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA
DOCTORA EN FILOSOFIA
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA
Recepció: maig 2014; acceptació: juny 2014

R E S U M

L'ARTICLE EXPOSA ELS RESULTATS I CONCLUSIONS DE LA RECERCA SOBRE ELS ARGUMENTS I LES OPINIONS DELS PERIODISTES AL VOLTANT DE LA INFLUÈNCIA DELS CANVIS EN EL CAMP PERIODÍSTIC EN LES DARRERES DÈCADES AL PAÍS VALENCIÀ. LA BASE TEÒRICA ES FONAMENTA EN LA TEORIA DEL CAMP I DE L'HABITUS DE PIERRE BOURDIEU. S'HAN APLICAT UNA SÈRIE DE MÈTODES COMPLEMENTARIS: ENTREVISTES EN PROFUNDITAT I L'ANÀLISI PRAGMA-DIALÈCTICA DELS ARGUMENTS DELS PERIODISTES, QUANT AL CONCEPTE DE QUALITAT PERIODÍSTICA.

PARAULES CLAU

PRAGMA-DIALECTICAL APPROACH, TEORIA DE LA PRÀCTICA, ANÀLISI QUALITATIVA,
CAMP PERIODÍSTIC, PAÍS VALENCIÀ

INTRODUCCIÓ

Els mitjans d'informació estan vivint un moment d'adaptació i reptes, conseqüència de les característiques de la societat de la informació. L'accessibilitat a una informació de qualitat és un dret de les societats i forma part intrínseca de les democràcies. En aquests moments els vells models de periodisme conviuen amb els nous models en un procés crític, on el repte de la recerca social va en paral·lel a l'experimentació real de les diferents

propostes periodístiques. La convergència mediàtica és una conseqüència de l'avanç tecnològic que ha generat un canvi cultural general a molts àmbits de la societat. Perquè la participació activa dels ciutadans a través de les xarxes i les comunitats virtuals ha fet possible la generació de coneixement col·lectiu, mitjançant la col·laboració i la deliberació conjunta, aquest coneixement pot arribar a ser de gran escala en l'àmbit local i global. Els mitjans d'informació s'han vist impel·lits a incorporar el maneig de les xarxes socials en la gestió de les au-

diències. També tenen el repte de l'adaptació a la convergència mediàtica, fet que suposa tota una reestructuració del model de negoci. En aquests moments hi ha una àmplia diversitat d'experiències en nous formats de diaris, digitals i en paper, i diferents desenvolupaments de plataformes de comunicació. Moltes d'aquestes acaben en fracàs principalment per la manca de recursos financers.

En aquesta recerca¹ reprenem la proposta d'alguns autors d'anar més enllà de l'anàlisi del discurs més tradicional per a l'estudi dels mitjans d'informació (Marchetti, 2008; Philo, 2007; Zeller, 2001) per a adoptar un enfocament sociològic relacional de les condicions de producció de la informació basat en l'apropament a les pràctiques periodístiques i en la reflexió dels propis periodistes.

El que s'entén per indústria de la comunicació abasta, a més dels mitjans de comunicació, el mercat editorial, el discogràfic i el cinematogràfic. La selecció que hem fet per a la recerca es redueix a la premsa tradicional, la ràdio, la televisió i Internet. Dins d'aquesta selecció, hem escollit els mitjans de consum massiu al País Valencià que estan transformant les seues estructures amb els canvis introduïts per les tecnologies de la informació.

El País Valencià és una comunitat autònoma dins l'Estat Espanyol. Una regió amb conflictes per la llengua i la identitat que ha produït una situació peculiar en el sistema comunicatiu, per una forta dependència del sistema polític principalment. Per altra banda, aquest sistema comunicatiu no ha estat aliè a les transformacions esmentades del camp periodístic en les darreres dècades. El fort condicionament de les lògiques polítiques i econòmiques, els canvis en la indústria periodística, la incorporació al mercat laboral del camp de la dona i de les generacions graduades a les universitats, són trets comuns en qualsevol àrea geogràfica. L'objectiu és estudiar-los en un context com el del País Valencià on hi ha greus dificultats per al pluralisme de la informació i la llibertat d'expressió en els mitjans

controlats pel govern, tal i com ho han estudiat acadèmics i especialistes des de la transició política (Beltran, Martínez, 1993; Gómez Mompert, 2007, 2010; López García, 2013, 2010a, 2010b, 2008; Martínez Sanchis, 2010; Xambó, 1995, 1996, 2001, 2002, 2010a, 2010b, 2012, 2014).

Respecte al País Valencià, la pràctica periodística en les darreres dècades ha estat caracteritzada per un «fort partidisme» dels mitjans i una «escassa autonomia» (Gómez Mompert, 2010) dels professionals de la informació, de forma que la informació està supeditada a les fonts sense contrastar i als poders polítics, amb la conseqüent inviabilitat del dret democràtic dels ciutadans a rebre informació plural i rigorosa.

La recerca en comunicació des del camp de la sociologia va iniciar-se amb el treball de tesi doctoral del professor Rafael Xambó (1996), que va analitzar l'estructura del sistema comunicatiu des de la transició política, i posteriorment va publicar-la sota el títol *Comunicació, política i societat. El cas valencià* (2001). Les aportacions de la tesi consisteixen en l'anàlisi del procés de construcció del sistema comunicatiu valencià des del franquisme, passant per la transició democràtica i l'explicació dels problemes derivats del conflicte sociocultural i polític, conegut com la «batalla de València» que van impedir el consens polític i mantingueren l'escassa autonomia respecte a la xarxa comunicativa espanyola. La seua anàlisi sistemàtica de l'estructura comunicativa (ràdio, televisió i premsa) posa de relleu els problemes, encara vigents, de la manca de regulació dels mitjans públics, i la utilització ideològica i antipluralista per part del poder polític, tot avançant possibles decisions partidistes de privatització (Xambó, 1996) i les conseqüències per a la democràcia i la cultura. Un altre treball de l'autor és el llibre *Dies de premsa. La comunicació al País Valencià des de la transició política* (1995) on tracta, a través de dotze entrevistes a periodistes i directors de diaris, diferents temes:

¹ Aquest estudi forma part de la tesi doctoral duta a terme per l'autora i de l'estada al Departament of Speech Communication, Argumentation Theory and Rethoric de la University of Amsterdam. El títol de la tesi és *El camp periodístic i els professionals de la informació al País Valencià. Anàlisi de l'estructura comunicativa i de les argumentacions dels periodistes sobre el periodisme*, dirigida pel Dr. Jesús Alcolea Banegas i el Dr. Rafael Xambó i Olmos (Parreño, 2012).

el postfranquisme, la batalla de València, el català als mitjans de comunicació, les relacions entre el camp polític i el camp periodístic, i d'aquest últim amb el camp econòmic.

El procés de consolidació del sistema comunicatiu valencià es caracteritza al llarg de les dècades pel control polític, la centralització i forta dependència dels grups espanyols, la manca de pluralitat informativa i de presència de la cultura i llengua valencianes. La presència de la llengua catalana als mitjans valencians és pràcticament nul·la així com les ajudes governamentals per al foment de la llengua als mitjans.

Quant al mercat laboral relacionat amb el camp, cal ressaltar la «disfunció» entre l'oferta acadèmica i la capacitat d'absorció de la indústria dels mitjans, aspecte anomenat «bombolla acadèmica», producte de l'alta taxa de licenciatos en periodisme. Una dada que mostren les xifres és que la majoria dels que estudiaren periodisme treballa en un altre sector i altres que no l'estudiaren treballen com a periodistes. Els aturats licenciatos de periodisme augmenten cada any, en el darrer any 2011 en un 5%.

Respecte a unes de les importants fonts de finançament dels mitjans, el balanç dels ingressos per publicitat està estratègicament en situació crítica. La premsa, la ràdio i la televisió no enregistra una evolució positiva, sent la premsa el que més pèrdues mostra. Pel que fa a Internet, encara mostra poca significança en la recaptació d'ingressos publicitaris (11,60% el 2010). Els mitjans tradicionals tenen fortes caigudes: la premsa un 41% i la televisió un 23,20%, la qual cosa suposa efectes econòmics negatius. El restant mitjà que ocupa l'últim lloc en ingressos publicitaris, la ràdio, també experimenta una variació negativa del 16,30%.

Segons les dades disponibles en aquest àmbit entre l'any 2007 i 2008, els mitjans de comunicació valencians han seguit pautes similars als d'altres àrees geogràfiques espanyoles (López García 2008). En el conjunt de l'estat destaca una lenta penetració i canvi de model de negoci, prenent com a referència els països europeus. Tanmateix, el País Valencià se situa per baix de la mitjana espanyola quant a la penetració d'Internet, quasi 5% per-

centuals. El desenvolupament de la Societat de la Informació al País Valencià, quant a usuaris de les tecnologies i equipament de les empreses, ha crescut molt moderadament en els últims anys «no es percep que el País Valencià haja aconseguit, fins a l'actualitat, un alt grau de desenvolupament de la Societat de la Informació; ni tan sols comparable [...] amb allò que cabria esperar de la seua renda per càpita, o amb la mitjana espanyola» (López García, 2010b: 69-71).

L'estudi sobre els cibermitjans de López García on analitza 232 cibermitjans definits en premsa, ràdio i televisió i amb actuació al País Valencià, presenta les següents conclusions que posen de manifest les deficiències i debilitats dels mitjans valencians alhora d'afrontar els reptes tecnològics (convergència mediàtica i ús de la multiplataforma) que s'han vist impel·lits també pels canvis sociològics (convergència cultural) respecte de les formes de mantenir-se informat a través d'Internet (multimedia, interactivitat, xarxes socials) (López García, 2008: 146):

1. Baixa presència dels mitjans a Internet.
2. Baixa qualitat de continguts i de freqüència i actualització dels mateixos.
3. Forta dependència de les edicions locals dels grans mitjans dels grups espanyols a què pertanyen, en la reproducció dels dissenys i dels continguts.
4. Escassa presència de mitjans específicament digitals.
5. Alta presència d'articles.
6. Alta dependència de la publicitat com a font de finançament.

Les dades constaten les tendències generals de comportament de l'audiència en el conjunt d'Espanya. Tal i com s'indica a l'Informe Anual de la Profesión Periodística de l'any 2010 (APM, 2010), «juntament amb els canvis professionals i empresarials també s'estan transformant els modes d'accés i consum de la informació (el 37 per cent de la població reconeix informar-se diàriament a través d'Internet)» (APM, 2010: 15). Una de les raons rau en les alternatives que ofereix la xarxa

Internet per a informar-se gratuïtament i personal que ha produït un «escenari d'audiències menys massives i més segmentades» (APM; 2010: 15). Una altra explicació és la manca d'iniciatives dels mitjans per a consolidar projectes de convergència mediàtica, on siga possible trobar alternatives en els formats tradicionals (diari en paper, ràdio, televisió) de qualitat i credibilitat i diferents a l'oferta d'Internet i premsa gratuïta.

En el cas del País Valencià la premsa ha enregistrat una caiguda en el creixement mitjà anual des de l'any 2006 al 2010, creixement negatiu d'un 1,06 per cent que contrasta considerablement amb el creixement mitjà anual d'usuaris d'Internet del 11,54 per cent per al mateix període, tot i tenint en compte que la consulta de notícies es manté en el tercer lloc de consum de la xarxa.

MARC TEÒRIC I METODOLÒGIC

L'objectiu de la recerca és articular la sociologia reflexiva i l'ús de la teoria del camp de Pierre Bourdieu amb l'examen dels arguments a través de l'aproximació pragma-dialèctica d'anàlisi de les opinions i arguments, en concret l'anàlisi de la qualitat periodística a través de les mencions a la mateixa a les entrevistes en profunditat.

La selecció de temes de les entrevistes (32 temes i 18 entrevistes) s'ajusta als objectius de la recerca, tant pel que fa a l'anàlisi de les pràctiques i rutines dels periodistes com per les valoracions sobre l'estructura comunicativa. La tria estratègica dels divuit periodistes entrevistats és una mostra significativa i suficient que recull la diversitat de discursos ideològics, la representació dels mitjans massius d'informació més rellevants al País Valencià, premsa (sis capçaleres), ràdio (quatre emissores), televisió (dos televisions, l'autonòmica i l'estatal) i Internet (quatre diaris digitals). En la tria també s'hi ha inclòs les agències de notícies, per la seua rellevància en la rutina dels periodistes i en la difusió de la informació (dos agències de notícies).

S'ha escollit una sèrie de mitjans per cada àmbits geogràfic provincials (Castelló, València i Alacant). A més, perquè la mostra siga el més equilibrada possible s'han seguit també criteris de selecció per gènere i per edats. Pel que fa la llengua de difusió, quatre són en català, dos tenen l'opció català/espanyol, i la resta difonen en espanyol, encara que alguns, com Levante EMV i El País tenen suplementos en català.

Segons Bourdieu, l'estudi de qualsevol fet social, encara que sigui local i aparentment minoritari, permet descobrir «invariants transhistòriques» i «analitzar el conjunt de relacions entre estructures estables i duradores», és a dir, «un cas particular ben construït deixa de ser particular, i mostra lleis que regulen tots els camps» (Bourdieu i Wacquant, 1994: 55-57).

Per tant, es tracta d'analitzar els canvis generals produïts al si del camp periodístic que són, amb les seues particularitats, generals a qualsevol àrea geogràfica, en especial l'europea i espanyola. I estudiar-los en un context que des de la transició democràtica ha viscut una situació sociopolítica lluny dels principis democràtics i ha desenvolupat unes lògiques i estructures, en el sistema comunicatiu, que han condicionat la pràctica dels professionals.

Precisament el que proposem amb aquest estudi és escoltar els propis professionals que han estat poc estudiats en les investigacions acadèmiques en la recent investigació sobre el sistema comunicatiu al País Valencià.² L'estudi de les seues veus ens ajudarà a analitzar des d'una altra vessant com són aquestes lògiques i estructures del camp periodístic. Els agents periodístics actuen en el camp precisament perquè posseeixen unes propietats necessàries per a actuar-hi, també per a modificar-lo i donar una visió particular de la vida social i del propi camp.

Els agents actuen segons unes raons, que poden ser o no racionals, però que no són gratuïtes, és a dir, actuen segons l'interès de forma equivalent al joc, *illusio*, inversió o llibido (Bourdieu, 1997a, 140-141) que cerca uns fins econòmics, en un sentit que

² La investigació sobre l'estat actual del professional de la informació en el context del periodisme al País Valencià és molt escassa. Només un estudi relatiu a la província d'Alacant recull diferents informes de 15 mitjans i sobre una mostra de 398 professionals (Gómez Mompart, 2010). Aquest estudi va ser elaborat per la Unió de Periodistes d'Alacant l'any 2004.

veurem més avant. *Illusio* és oposat a ataraxia, en el sentit de viure el joc acceptant implícitament les seues regles. És la relació amb el camp que atorga el reconeixement dels envits en el si del mateix, fins i tot quan es vol transgredir les regles del camp: «Voler fer la revolució en un camp significa admetre allò essencial d'allò que està tàcitament exigít per aquest camp, concretament que és important, que allò que s'hi juga es suficientment important com perquè es tinguen ganas de fer la revolució en ell» (Bourdieu, 1997a, 142).

L'anàlisi del camp, per tant, consisteix en l'anàlisi de les estructures socials externes i de les relacions dels espais estructurats de posicions, que poden ser analitzats al marge dels agents que ocupen eixes posicions, i que té un capital específic distribuït i posat en joc en un moment donat en el temps, de forma que orienta les estratègies dels agents del camp i genera lluites, o relacions de força entre els agents o les institucions en joc. (Bourdieu, 1991, 464-465).

Els periodistes són els agents que estan socialment constituïts com a individus actius i actuant en el camp pel fet que posseeixen les propietats necessàries per a produir-hi efectes a partir del coneixement del camp en què estan inserits, que es pot conèixer la seua singularitat i punt de vista com a posició en el camp a partir del qual s'institueix la seua visió particular del món, i del camp mateix. «Tots els camps tenen els seus dominadors i els seus dominats, les seues lluites per la conservació o la subversió, els seus mecanismes de reproducció, etc.» (Bourdieu i Wacquant, 1994, 83), que són singulars a cada camp. Com més capacitat de dominació tinga un camp, és a dir, «d'imposar la seua lògica específica», més autònom és. El camp periodístic no és autònom, respecte del camp polític i econòmic, i tampoc dins dels mateix camp perquè per a comprendre un mitjà en concret s'ha de comprendre la seua posició i relacions objectives respecte als altres mitjans amb els quals competeix. Aquestes relacions objectives, anomenades «relacions de força invisibles», per a Bourdieu, constitueixen l'estructura del camp i poden ser estudiades a través de dades quantitatives (quotes de mercat, publicitat) com qualitatives (capital simbòlic dels periodistes, etc.). Els agents són els portadors del

capital i actuen segons la seua trajectòria i posició a dins del camp per a conservar-la o subvertir-la (Bourdieu i Wacquant, 1994, 85).

La influència del camp periodístic sobre altres camps, com el de la producció cultural, ve donada pel grau d'autonomia respecte del mercat de la audiència i del mercat dels anunciant.

Aquest grau d'autonomia es mesura pels ingressos que rep dels anunciant o de l'Estat (subvencions), i també pel grau de concentració dels anunciant. Mentre que el grau d'autonomia del periodista depèn dels següents factors (Bourdieu, 1997a, 103):

- Grau de concentració de la premsa, perquè a menor número d'empresaris s'incrementa la inseguretat laboral.
- El posicionament de la seua empresa respecte de la resta d'empreses, més o menys «comercial».
- El posicionament dins de la seua empresa, factor que determina «les diferents garanties estatutàries de les que disposa i també el seu sou.
- Grau d'independència o capacitat de producció autònoma de la informació.

Bourdieu destaca el joc de poders, per una banda, d'aquells que disposen del monopoli de la informació legítima (les fonts oficials governamentals o institucional, per exemple, però també la científica, jurídica, etc.) que actuen amb pressió sobre el camp. Per altra, des del camp periodístic també es manipula per tal d'aconseguir les exclusives. I, per últim, el poder simbòlic que és conferit a l'Estat per a imposar, decidir, l'agenda informativa i les prioritats de la informació (Bourdieu, 1997b, 103-104).

La distància que hi ha entre els factors comercials en relació als principis i valors de la professió és cada vegada més semblant a la d'altres camps, com el polític i el cultural. Bourdieu reconeix dues lògiques oposades i dos principis de legitimació en el camp periodístic: el reconeixement intern, pels propis professionals («atorgat per aquells que acaten més completament els «valors» o els principis interns»), i el reconeixement de la gent que es tradueix en xifres de lectors, audiència, i els guanys

econòmics («veredictes de mercat») (Bourdieu, 1997b, 105). La lògica específica del camp s'imposa al periodista en forma de controls i coercions i el respecte de les mateixes a vegades és el fonament de la reputació professional. La cita de les fonts com a recurs de respectabilitat i d'objectivitat, és a dir, com a resposta als valors de la professió, unes vegades utilitzada i d'altres obviada, però poques sancionada ni positivament ni negativa.

Un altre aspecte que afecta a l'autonomia del camp, és la competitivitat en el si del mateix camp que incideix tant al conjunt del camp com al periodista particular. La competència també està en relació a la uniformitat de les notícies, perquè enlloc de propiciar l'originalitat, produeix homogeneïtat. També és l'origen dels problemes per la celeritat en la distribució immediata de les notícies que impedeix la reflexió tant sobre els esdeveniments socials com pel que fa a la pràctica periodística.

APROXIMACIÓ PRAGMA-DIALÈCTICA AL DISCURS

L'argumentació, tal i com la defineix van Eemeren, sempre tracta sobre la producció d'efectes, com ara convèncer a un crític raonable d'un cert punt de vista o investigar la força de la convicció de l'argument (van Eemeren i Grootendorst, 2004). En aquest estudi el que ens interessa és la segona accepció, és a dir, els arguments dels periodistes sobre el seu camp perquè són els que el fan possible. Ens interessa de les entrevistes als professionals també la pràctica argumental en l'autoreflexió sobre la pràctica periodística i els valors defensats per a contrastar la referència externa, el com hauria de ser, amb l'autoreferència, és a dir, la pràctica que es du a terme. Concretament, analitzem el concepte de qualitat en el periodisme com a indicador de l'estat actual de la pràctica periodística mostrat a través de la percepció dels professionals.

En el debat sobre l'argumentació es reformula la relació entre la dialèctica, «com a mètode centrat en la recerca de la veritat en col·laboració» i la retòrica com a «empresa competitiva en la qual es busca l'èxit persuasiu» i la intenció de trobar un acord (Alcolea, 2011), per tal de trencar amb la divisió que les havia separat tradicionalment i

ampliar l'abast de l'argumentació amb la inclusió del *lógos* amb l'*èthos* i el *páthos*.

En les darreres dècades els estudis sobre la lògica informal, centrats principalment en les estructures dels arguments, les fal·làcies, els criteris d'avaluació i les connexions amb altres camps relacionats, s'han desenvolupat més enllà de les primeres orientacions pedagògiques i teòriques cap a noves formes d'aproximació pràctica i social interrelacionades amb la lògica informal, com ara la lògica dialògica (Walton, Barth), la pragma-dialèctica (van Eemeren i Grootendorst), la comunicació del discurs (Escola Americana) i els treballs que connecten retòrica i lògica informal (Wensel) (van Eemeren, *et.al.* 1996, 186-188).

Autors com Charles A. Willard desenvolupen les teories de l'argumentació dins del marc social (Willard, 1989a), on la comunicació és entesa no com un requisit de coneixement compartit, sinó com una necessitat d'estratègies comunes de representació que faciliten l'acció cooperativa (Willard, 1989b, 166).

Per a Willard, l'argumentació proposa anar més enllà de la Lògica com a camp per a l'argumentació que es comprèn millor des de la teoria de comunicació, perquè aquesta proveeix d'explicacions per als processos cognitius, els processos socials i les relacions entre les pràctiques comunicatives, com ara el missatge i l'audiència. Per tant, s'ha de tenir en compte on es produeix l'argumentació, com es genera i la interacció que s'hi forma.

L'autor pren de l'Escola de Chicago Interaccionista la idea que les entitats socials, com ara els grups i les comunitats, són perquè les fan possibles les activitats comunicatives dels seus grups. També rep del constructivisme la idea que «defineix la relació individu-societat en termes de pràctiques comunicatives» (Willard, 1989a, 40-41). Aquestes dues teories resolen la dicotomia entre l'estructuralisme i l'individualisme, segons la proposta de Willard per a la teoria de l'argumentació com a construcció social. L'argument és vist com a interacció perquè fluctua en el temps, i en el sentit pel qual es beneficia tant de «l'estructura de la conversació» com de les «relacions» i les «coorientacions», és a dir, en l'espai de la intersubjectivitat l'argument

no només pot ser «coherent per la força il·locucionària dels actes de parla» (Willard, 1989a, 66).

La pragma-dialèctica ha estat desenvolupada a la Universitat d'Amsterdam per Frans van Eemeren i Rob Grootendorst sota la inspiració del racionalisme crític de Karl Popper. Les fonts d'inspiració teòriques també provenen de la lingüística pragmàtica i de la lògica dialògica (d'ací el concepte de pragma-dialèctica). Altres influències són la teoria dels actes de parla de Searle, la lògica de Grice del discurs ordinari, la lògica dialògica de Lorenzen i la dialèctica formal de Barth and Krabbe (van Eemeren, *et al.* 1996, 274).

Els autors conceben l'argumentació «com un fenomen de la comunicació verbal el qual hauria de ser estudiat com un mode específic del discurs, caracteritzat per l'ús del llenguatge per a resoldre una diferència d'opinió» (van Eemeren, *et al.* 1996, 275), és a dir, l'estudi de l'argumentació com a mitjà per a resoldre les diferències d'opinió. El model d'investigació, consolidat en un programa d'investigació anomenat «Pragma-Dialectical Approach (PDA)», té dos eixos: un relatiu a la «idea filosòfica de la racionalitat crítica» que permet la construcció del model teòric del discurs argumental en la discussió crítica» i un altre relatiu a la necessitat de la investigació empírica per a l'anàlisi argumental de la realitat.³ Aquest són els dos punts dels fonaments de la pragma-dialèctica: un normatiu i un altre descriptiu. La noció central d'aquesta teoria és la de «discussió crítica» i l'aproximació teòrica a l'argumentació és l'anàlisi del discurs.

En el model de discussió crítica es distingeixen quatre passos (*discussion stages*) que són seguits en el procés de resolució de les diferències: confrontació o *confrontation stage* (quan els diferents punts de vista són manifestes), obertura o *opening stage* (quan les parts saben si tenen una base comuna sobre la qual discutir), argumentació o *argumentation stage* (les parts avancen en els arguments per a resoldre dubtes o refutar), conclusió o *concluding stage* (quan les diferències es resolten).

Aquests passos no tenen perquè ser explícits, però sí que deuen ser seguits en la discussió per a resoldre les diferències d'opinió, per tant, són incorporats en el model ideal de discussió crítica (van Eemeren *et al.* 1996, 281; van Eemeren i Grootendorst, 2004, 59-62).

Segons el que ens mostra aquesta dissecció de la discussió crítica, el model PDA es defineix com un esforç que vincula la lògica amb l'argumentació (Woods, 2006, 304). Els arguments, en la resolució de diferències d'opinió, apareixen en diferents passos on hi juguen un paper rellevant els procediments de requeriments (directius, usos declaratius) i on els diferents moviments són o no són acceptats, o permesos, segons el pas en què es produeixen. A més, una de les virtuts assenyalades del model PDA és l'aplicació empírica, segons Woods, que s'hauria de tenir en compte que es produeix abans de la teoria i la seua aplicació, és a dir, de la base empírica en surt la teoria, perquè aquesta té una part normativa que impedeix que la resposta a les diferències d'opinió per la via regulativa de la discussió crítica, en termes tècnics, és una rara ocurrència (Woods, 2006, 306).

La teoria de l'argumentació, des de la perspectiva de la pragma-dialèctica, permet l'anàlisi argumental en contextos de discussió o enfrontament de diferents punts de vista. Utilitzem aquesta anàlisi per a la reconstrucció de la discussió crítica i els actes de parla de les entrevistes als professionals perquè, en primer lloc, tractem d'un tema en evolució com és el camp periodístic i que produeix diferents opinions segons les percepcions i disposicions dels agents. En segon lloc, perquè l'anàlisi pragma-dialèctica permet una aproximació empírica (anàlisi dels passos de la discussió: confrontació, obertura, argumentació i conclusió) del procés de resoldre les diferències d'opinió, fins i tot si es tracta d'un món leg on el rol de l'antagonista roman implícit i també perquè el discurs del parlant, sense un antagonista explícit o audiència, és considerat una aportació a la discussió crítica.

³ Per a van Eemeren l'argumentació no és només un concepte teòric que permet construir models d'anàlisi, sinó que també és un «fenomen empíric que pot ser observat en una multitud de pràctiques comunicatives», moltes d'elles en connexió amb contextos comunicatius institucionals on es desenvolupen diferents convencions comunicatives. L'autor utilitza el terme «institució» i els derivats «institucional» i «institucionalitzat» per a referir-se a macro-contextos establerts (van Eemeren, 2011, 148).

ANÀLISI PRAGMA-DIALÈCTICA DE L'ESTRUCTURA DELS ARGUMENTS

L'estudi empíric de l'argumentació tracta de la reconstrucció, l'anàlisi i l'avaluació dels arguments. Des de l'aproximació de la pragma-dialèctica, hem escollit el tipus d'anàlisi de l'estructura dels arguments perquè considera cada premissa de forma independent i suficient, si són vàlides, per a donar suport a l'argument principal.

A través dels arguments es manifesten les diferències d'opinió en el pas de l'argumentació (*argumentation stage*), explicat més amunt. L'objectiu és l'anàlisi de l'estructura per a la recerca d'arguments que no apareixen sota estructures evidents, per a veure les relacions entre els arguments i donar compte de les raons en el conjunt d'opinions, per a esclarir els arguments que romanen implícits. En la reconstrucció dialèctica del discurs argumental, l'analista recerca els trets que són fonamentals per a resoldre la discussió. La reconstrucció es guia per: la recerca dels punts del problema, les diferents posicions, els arguments implícits i explícits, l'estructura dels arguments de cada part (van Eemeren, *et al.*, 1993, 60).

Com es tracta de diferents entrevistes, no podem analitzar el conjunt com un debat amb protagonista i antagonista, ni tampoc tenim una audiència explícita. Per tant, considerem el material de les entrevistes com una discussió implícita, on l'orador té en compte el punt de vista de l'altra part encara que aquesta no hi participe de forma explícita. De vegades, l'altra part o antagonista es manifesta en el moment que l'orador té en compte les objeccions potencials d'un antagonista real o imaginari» (van Eemeren, *et al.*, 2001: 28), perquè l'argumentació té sempre com a objectiu convèncer els crítics potencials, estiguen o no presents (van Eemeren, *et al.*, 2001, 29).

Seguim l'estratègia de la pragma-dialèctica, anomenada «interpretació màximament argumentativa» (*maximally argumentative interpretation*), desenvolupada per a ser aplicada als casos d'estructures d'argumentació complexes (argumentació coordinativa i múltiple) (Snoek Henkemans, 2001, 124-126).

Segons aquesta estratègia, i d'acord amb una actitud comprensiva de l'analista (*charitable*

analysis) és possible interpretar com a argumentació una explicació o una observació, és a dir, quan la funció argumental no és del tot evident, però pot ser-hi, aquesta estratègia minimitza el risc d'obviar possibles arguments necessaris per a la discussió. També permet analitzar casos quan no es veja clar que una altra interpretació de significat no és possible, així com també quan no és possible assumir que la proposició expressada no pot ser un sense sentit. L'exemple que faciliten els autors mostra que en contextos de desacord l'opció de interpretació màximament és una eina útil per a desvetllar allò amagat i impossible de veure segons la lògica formal (van Eemeren, *et al.*, 2001, 43-44).

Hauries d'agafar el paraigua. O vols mullar-te?

La qüestió de l'orador és en principi absurda perquè s'entén que generalment les persones no volen mullar-se. Pareix que l'orador vol dir alguna cosa més, com ara «si no agafes el paraigua, et mullaràs» o «l'única manera d'evitar mullar-te és agafar el paraigua». Per a l'estratègia d'interpretació màximament dels arguments, la qüestió de l'orador és pressa com un argument des del seu punt de vista: «Seria millor que prengueres un paraigua».

TIPUS D'ESTRUCTURES DE L'ARGUMENTACIÓ: SENZILLA I COMPLEXA

L'argument senzill (*single argument*) és la forma més simple i consisteix en només dues premisses. Normalment una de les premisses és implícita. Però la defensa d'una proposició que manifesta un punt de vista (*standpoint*) està composta per diferents arguments senzills que formen una argumentació complexa. L'estructura complexa conté més de dues premisses. L'estructura de l'argumentació es pot entendre aleshores quan la complexitat de l'argumentació es pot trencar en diferents arguments senzills, d'acord amb la pragma-dialèctica, que són equivalents a una raó per cada argument senzill (Snoek Henkemans, 2001, 126-127).

L'argumentació múltiple (*multiple argumentation*) consisteix en l'ús de més d'un argument per a defendre un punt de vista. Es distingeix de la co-

ordinativa perquè cada argument és suficient fort com per a suportar el punt de vista individualment. Contràriament, en l'argumentació coordinativa, cada argument necessita dels altres perquè no són suficients per a defensar el punt de vista.

L'argumentació subordinada és quan cada argument dóna suport a l'argument anterior i respon a la pregunta del per què dóna eixe suport, o a la pregunta de com se sap que dóna eixe suport.

L'argumentació pot presentar-se molt complexa depenent del nombre d'arguments senzills i del tipus de relació entre ells. L'estructura sovint no és evident i convé l'anàlisi dels indicadors verbals («nogensmenys», «i», «encara que», «per tant»), encara que no donen suficient informació constitueixen una ajuda per a la reconstrucció. En altres ocasions, és difícil distingir entre estructures coordinades o múltiples, perquè són casos ambigus, en els quals convé donar el benefici del dubte al protagonista i atribuir al seu argument l'estructura més forta, a saber, la múltiple, per la qual cada argument per si mateix dóna suport a la defensa del punt de vista. Aquesta estratègia es diu «anàlisi d'arguments màximament» (*maximally argumentative analysis*), segons l'aproximació pragma-dialèctica (van Eemeren, *et al.*, 2001, 75-76). La representació de l'estructura ha de contenir les premisses no expressades o implícites perquè molt sovint els arguments fan referència a elements no expressats que deuen ser contemplats i representats. A més, aquests elements moltes vegades són visibles si es té en compte el context on es desenvolupa la comunicació o el tipus de comunicació.

La ruptura en arguments senzills d'una argumentació complexa és representada de forma esquemàtica.

La proposició que defensa un punt de vista (*standpoint*) va indicada per un dígit (1) que indica el nombre de posicions en l'argumentació. Les premisses implícites es mostren entre parèntesi amb un apòstrof (1.1'). A continuació mostrem alguns exemples d'esquemes d'argumentacions complexes (van Eemeren, *et al.*, 2001, 69-71).

L'argumentació múltiple mostra que diferents arguments tenen el mateix pes i són suficients individualment per a la defensa del punt de vista (*standpoint*). Cada argument en la reconstrucció

múltiple va indicat pel número que acompanya a la proposició principal més un altre dígit ordenat segons la seua posició (1.1, 1.2, 1.3).

Argumentació múltiple

1. No pots haver-te trobat la meua mare en Mark's & Spencer a Sherigam la passada setmana.
 - 1.1. Sherigam no té Mark's & Spencer
 - 1.2. La meua mare va morir fa dos anys

En el cas de la reconstrucció coordinada s'hi afegeix una lletra i es manté el mateix número que acompanya a la proposició principal (1.1a, 1.1b, 1.1c). Tots els arguments conjuntament donen suport al punt de vista.

Argumentació coordinada

1. Hem de sortir a menjar fora
 - 1.1a. No hi ha res per a menjar a casa
 - 1.1b. Totes les botigues estaven tancades

La reconstrucció subordinada es representa amb números decimals de més de dos punts que mostren la cadena causal dels arguments en defensa del punt de vista. Cadascun dóna suport a l'anterior i explica les raons (1.1.1, 1.1.1.1, 1.1.1.1.1).

Argumentació subordinada

1. No puc ajudar-te a pintar l'habitació la setmana vinent
 - 1.1. No tindrè temps la setmana vinent
 - 1.1.1. He d'estudiar per a un examen
 - 1.1.1.1. Sinó perdré la meua beca escolar

LA QUALITAT PERIODÍSTICA

El procediment per a la reconstrucció de l'estructura dels arguments de les divuit entrevistes als periodistes ha estat la selecció d'un concepte que tinga la suficient significança en el debat sobre l'estat i el futur del periodisme. A partir del concepte i de l'anàlisi qualitativa de contingut de les entrevistes hem elaborat una proposició o punt de vista (*standpoint*) implícit a partir del qual hem triat els arguments dels periodistes que li donen suport.

Hem considerat el concepte de qualitat com un concepte funcional i significatiu perquè funciona com a eix que regula l'estat del periodisme, és a dir, una anàlisi de les causes de la davallada de la qualitat en el periodisme, tema que sovint apareix implícitament i explícitament en les entrevistes, ens mostra les implicacions de la crisi econòmica, serveix de criteri per a avaluar l'evolució del sistema comunicatiu i també ens aproxima a les percepcions dels periodistes sobre la seua professió (Parreño, 2013).

El punt de vista implícit que hem elaborat és:

«La qualitat del periodisme ha baixat al llarg de les darreres dècades»

A partir del qual hem triat primer els arguments dels periodistes en relació directa o indirecta a la proposició, per a després examinar cada estructura argumentativa i reconstruir-la. Al tractar-se de llenguatge oral l'instrument analític escollit ha estat una eina molt útil per a esbrinar els arguments i reconstruir les afirmacions ambigües o dubtoses. Hem escollit aquesta afirmació arrel de l'anàlisi del contingut de les entrevistes perquè considerem que és un dels temes rellevants en el debat sobre el periodisme, implícit en el conjunt de les entrevistes en què enfrontem les diferents opinions dels professionals. Els problemes relacionats amb la qualitat periodística apareixen en els pensaments i creences dels periodistes quan parlen de la seua professió. Cada fragment seleccionat és analitzat a partir del punt de vista indicat més amunt.

Una mostra de l'anàlisi és el següent fragment:

PERIODISTA 1 (PER. 1): RÀDIO 9-RTVV

Després va arribar el correu electrònic, després les pàgines web que et remetien a una informació, després t'envien clips, això obliga als periodistes a adaptar-se a les noves tecnologies, però al mateix temps les tecnologies ens lleven capacitat, el temps i la capacitat, i la reflexió que hauria de necessària per a fer periodisme, moltes vegades es precipita massa informació, no tant informació, com dades, perquè moltes vegades les tecnologies no permeten aprofundir en coses, i t'aporten moltes dades noves que moltes vegades el que fan es tapar la reflexió necessària per a donar una bona informació. [...]

La multiplicació de mitjans no ha contribuït a que hi haja més informació. Ara n'hi ha més mitjans, però cada mitjà té menys periodistes als que se'ls demana que siguen més multimèdia, i com que són menys periodistes en cada mitjà amb més mitjans pots cobrir menys informacions i tens diverses edicions de la mateixa informació, però tens menys pluralitat de continguts.

Diguem, hem augmentat la quantitat de contenidors però hem reduït la capacitat per a cobrir continguts, amb la qual cosa moltes vegades ens donem compte que a través de la xarxa socials nosaltres tenim constància de què estan passant molts fets però no tenim capacitat de cobrir-los.

1. «La qualitat del periodisme ha baixat al llarg de les darreres dècades»
 - 1.1. Els periodistes no tenen temps per a reflexionar sobre la informació.
 - 1.1.1. Massa informació arriba alhora.
 - 1.1.2. Sovint són només dades, no informació, degut a les TIC
 - 1.2. L'habilitat per a cobrir continguts s'ha reduït
 - 1.2.1. Hi ha menys periodistes per cada mitjà amb pocs recursos

Tenint en compte les causes, és possible sistematitzar-les, segons els arguments que sostenen el punt de vista, i organitzar-les segons els tòpics generals: precarietat laboral, crisi econòmica, adaptació a les tecnologies de la informació (TIC), esclatxa generacional, homogeneïtat de continguts, imprecisió, immediatesa, pèrdua de valors.

A continuació presentem una síntesi de les causes i principals raons, extretes de la reconstrucció dels arguments, que esgrimeixen els periodistes en les entrevistes en relació al punt de vista sobre el decreixement de la qualitat periodística.

Causas i raons del decreixement de la qualitat periodística

Precarietat professional

- Les empreses no contracten professionals, sinó becaris.
- Els becaris no cobren tot l'any.

- Els periodistes han de fer de tot, a causa dels temps de crisi.
- Els mitjans no han creat nous llocs de treball i els professionals han estat acomiadats.
- És necessària molta experiència per a produir informació de qualitat.
- Els periodistes no són reconeguts per la seua responsabilitat professional.
- L'home orquestra no és possible (multitasking)

Crisi econòmica

- Hi ha menys contractació de publicitat als mitjans
- Molt sovint la informació no és publicada per por a perdre ingressos publicitaris de les empreses que són tractades com a notícia.
- Els empresaris no volen invertir per a produir bona informació.
- Els empresaris només volen pagar el mínim sou.
- Certs interessos econòmics estan perjudicant la professió sencera.
- Molts mitjans estan intentant sobreviure.

Adaptació a les TIC

- Arriba massa informació al mateix temps.
- Hi ha més mitjans però menys capacitat per a cobrir els continguts
- Els periodistes no tenen massa temps per a reflexionar sobre la informació.
- Els errors estan produïts pels actuals modes de producció.
- Els gestors dels mitjans necessiten temps per a adaptar els modes de producció que exigeixen les TIC.
- Els temps de canvi estan fent més difícil l'adaptació i aprenentatge sobre com fer periodisme.
- El periodisme està competint amb les xarxes socials.

Escletxa generacional

- La pèrdua del contacte real perjudica la transmissió de coneixement dels més veterans.

Homogeneïtat dels continguts

- La bona informació és cara i les empreses no volen pagar diners.

Imprecisió

- Les empreses no tenen cura del contingut

- Les empreses no són suficientment selectives en allò que presentem com a notícies.
- A causa de la manca de temps no és possible aprofundir
- La informació produïda és el resultat de molts hàbits dolents
- Els periodistes no tenen cura del contingut.

Immediatesa

- La revolució de les TIC força als periodistes a produir notícies instantànies.

Pèrdua de valors

- El periodisme ha perdut els seu camp propi d'investigació.
- El periodisme ha perdut prestigi.

Dues causes principals agrupen a la resta, una externa al camp i una altra estructural o interna: la crisi econòmica i l'adaptació a les TIC. Ambdues estan connectades perquè l'adaptació a les TIC necessita recursos econòmics que no estan disponibles per la recessió. Tanmateix, les dues circumstàncies estan passant al mateix temps i és possible que els ràpids canvis produïts per les TIC no només necessiten un esforç d'adaptació dels modes de producció sinó que aquesta adaptació s'ha vist forçada per la crisi.

La crisi econòmica, el segon factor principal, afecta directament a les condicions laborals dels professionals i, alhora, ha produït l'escletxa generacional perquè les empreses contracten personal encara no qualificat i acomiaden als professionals experimentats per jubilació anticipada o amb un ERO. Per tant, part del coneixement i experiència que habitualment era transmès pels professionals amb més experiència es perd i els controls de qualitat disminueixen. La pràctica periodística relacionada amb els modes de producció ha canviat amb la introducció de les TIC que han accelerat el sentit d'immediatesa, propi del periodisme. També el problema de la homogeneïtat dels continguts i de la imprecisió del producte final és conseqüència de la manca de temps i de la competitivitat.

Aquestes causes generals en produeixen un altra que implica la totalitat de la professió, és a dir, la pèrdua de valors i de prestigi, fonaments de la credibilitat de la professió.

La crisi econòmica mostra la dependència del camp periodístic respecte de l'econòmic que, alhora, produeix major servilisme, del camp polític per la necessitat de recursos provinents de les institucions públiques (publicitat, subvencions). No obstant, aquesta situació és similar a la d'altres camps socials, com l'acadèmic o el cultural, però no explica suficientment el canvi de tendència del periodisme, és a dir: la manca de precisió del contingut, la banalitat, la dependència de les xarxes socials, i l'absència del periodisme d'investigació. Per altra banda, els arguments dels periodistes sobre el baix cost de producció de les notícies que volen els empresaris amb mínims sous produeix continguts de baixa qualitat. La majoria coincideix en l'opinió de que és impossible produir contingut d'alta qualitat per professionals amb poca experiència. Els més experimentats tampoc no estan preparats per al requeriment del canvi de professional a professional polivalent del nou paradigma de producció.

Ambdues causes de la baixa qualitat del periodisme estan relacionades o directament produeixen la pèrdua de valors. El periodista vigilant del poder s'està substituint pel periodista multimèdia i la baixa producció del periodisme d'investigació és un altre símptoma del canvi de model. Els valors són per als periodistes principalment el compliment de les regles professionals: contrast de notícies, neutralitat, rigor i honestat. Els arguments dels periodistes coincideixen en aquest punt de forma que revelen l'assimilació de la lògica interna del camp. Tanmateix, la pèrdua de valors també mostra un altre factor condicionant, a saber, la determinació de les condicions estructurals internes del camp per al professional.

CONCLUSIONS

La reflexió sobre el descens de la qualitat i les dades estructurals del sistema comunicatiu valencià condueix a la qüestió sobre el declivi del camp i del professional. És necessari reflexionar sobre l'autonomia del camp i del professional. Com hem exposat més amunt, Bourdieu el considerava totalment dependent del camp polític i econòmic. L'anàlisi de les dades estructurals i les entrevistes en profunditat

ens confirmen aquest punt. Les dades quantitatives de l'estructura mostren el greu descens de l'audiència i de les vendes, sobretot les relacionades amb els mitjans tradicionals.

No obstant això, el declivi del camp no està relacionat amb l'heteronomia del mateix. És obvi que el periodisme té fortes interessos al camp econòmic perquè està en el mercat i depèn de l'audiència que també és mercat. També està estretament relacionat amb el camp polític, perquè el periodisme serveix als polítics i viceversa, en el sentit que és el canal d'informació principal de les accions dels polítics cap als ciutadans. Però la qüestió és preguntar pel límit de l'acció que permet el nivell d'autonomia suficient per a prevenir el declivi del camp periodístic. La pregunta és difícil de resoldre i d'analitzar. Schudson (2005) apunta que el límit no està marcat pel que els ciutadans entenen per valors democràtics. La frontera que s'ha de tenir en compte és el dret a rebre informació plural i neutral. Aquest és el repte dels mitjans d'informació i és la responsabilitat dels professionals.

A pesar de les dificultats per a establir una mesura objectiva de l'autonomia del camp, és possible determinar l'abast de la influència externa i l'assimilació del grup respecte als interessos mercantils de les empreses, així com la uniformitat en el si del grup a partir de l'anàlisi i reconstrucció dels arguments que hem exposat. Tot que l'anàlisi pragma-dialèctica no està encara inclosa en la metodologia sociològica, és una eina molt útil per a aplicar en la investigació de grups socials i temes controvertits o debats d'interès sociològic. Les tècniques de la teoria pragma-dialèctica han estat desenvolupades com a instruments analítics per diferents tipus d'activitats argumentals (entrevistes polítiques, debats parlamentaris, debats jurídics, etc) (van Eemeren, 2009).

Els reptes a què s'enfronta el periodisme per a oferir informació d'alta qualitat a una audiència activa en el procés de difusió de les notícies demanden l'exploració de les dinàmiques del camp, és dir, les relacions de poder entre els actors i les institucions implicades, actualment extremadament lligades al camp polític i econòmic. Els arguments dels periodistes sobre la qualitat periodística conclouen

amb la convicció de la necessitat d'una regeneració de l'autonomia del camp que efectivament aposte pel servei a la democràcia, encara que no serà possible, com afirmen els periodistes entrevistats, si el professional qualificat és desplaçat del lloc que li correspon i si els empresaris substitueixen l'excel·lència, o qualitat del producte, per la mercantilització de les notícies.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- ALCOLEA, Jesús (2011): «La perspectiva dialèctica en teoria de l'argumentació». Dins de: CASABAN, Enric y SERRA, Xavier (Eds.). *II Congrés Català de Filosofia*. Joan Fuster, in memoriam. València, PUV/Afers; pp: 47-58.
- APM (2010): *Informe anual de la profesión periodística 2010*. Madrid, Asociación Prensa de Madrid.
- BELTRAN, Adolf, MARTÍNEZ, Angel (1993): *Periodistes per a la democràcia. Unió de Periodistas del País Valencià 1979-1992*. València, Generalitat Valenciana.
- BOURDIEU, Pierre (1997a): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (1997b): *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (1991): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Alfaguara.
- BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc J.D. (1994): *Per a una sociologia reflexiva*. Barcelona, Herder.
- EEMEREN VAN, Frans H. (2011): In Context. Giving contextualization its Rightful Place in the Study of Argumentation, *Argumentation*, n. 25. Pp. 141-164.
- EEMEREN VAN, F. H.; GROOTENDORST, Rob (2004): *A systematic Theory of Argumentation. The pragma-dialectical approach*. New York, Cambridge University Press.
- EEMEREN VAN, F. H. (ed.) (2001): *Crucial concepts in argumentation theory*. Amsterdam, SicSat.
- EEMEREN VAN, F. H.; GROOTENDORST, Rob; SNOECK HENKEMANS, Francisca (1996): *Fundamentals of Argumentation Theory. A handbook of historical background and contemporary developments*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- EEMEREN VAN, F. H.; GROOTENDORST, Rob; JACKSON, Sally; JACOBS, Scott (1993): *Reconstructing Argumentative Discourse*. EE.UU., The University of Alabama Press.
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (2010): Periodistes i periodisme a Espanya i al País Valencià. *Arxius*, nº 23; Pp. 17-36.
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (coord.) (2007): La recerca en comunicació al País Valencià. *Treballs de Comunicació*, 22; pp. 7-11.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2013): *Cibercomunidad: el espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*. València, Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.) (2010a): *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*. València, Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.) (2010b): Los cibermedios en el País Valenciano. *Arxius*. nº 23; pp. 69-78.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2008): *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- MARCHETTI, Dominique (2008): El análisis sociológico de la producción de información mediática. *Comunicación y medios*, n 18 (19-29); pp. 151-163.
- MARTÍNEZ SANCHIS, Francesc (2010): *Periodisme contra les cordes. El valencià en els mitjans de comunicació*. València, Denes.
- PARREÑO, Mònica (2013): La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo. Dins de: Gómez Mompert, Josep L.; Gutiérrez Lozano, Juan F. i Palau Sampio, Dolors (Eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Col·lecció 'Aldea Global', nº 26, Barcelona - Castelló - València, UAB, UJI, UPF y UV; pp. 105-118.
- PARREÑO, Mònica (2012): *El camp periodístic i els professionals de la informació al País Valencià. Anàlisi de l'estructura comunicativa*

- i de les argumentacions dels periodistes sobre el periodisme*. Tesis de doctorat amb menció internacional. Dirigida pel Dr. Jesús Alcolea i Baneagas i pel Dr. Rafael Xambó i Olmos. Universitat de València. Roderic: <<http://hdl.handle.net/10550/25123>>.
- PHILO, Greg (2007): Can discourse analysis successfully explain the content of media and journalistic practice, *Journalism Studies*, vol. 8, n° 2.
- SCHUDSON, Michel (2005): *Autonomy from What?* Dins de Benson, Rodney; Neveu, Eric (2005). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge, Polity Press.
- SNOECK HENKEMANS, A. Francisca (2001): Argumentation structures. Dins de Eemeren van (ed). *Crucial concepts in argumentation theory*. Amsterdam, SicSat.
- WILLARD, Charles A. (1989a): *A theory of argumentation*. Alabama, The University of Alabama Press.
- WILLARD, Charles A. (1989b): Argument as Social Enterprise. Dins de: Maier, Robert (Ed.). *Norms in argumentation: proceedings of the Conference on Norms 1988*. Dordrecht, Foris Publications.
- WOODS, John (2006): Pragma-Dialectics: A retrospective. In: Houtlosser, Peter; Rees van, Agnès. *Considering Pragma-Dialectics*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- XAMBÓ, Rafael (2014): Las políticas de comunicación en el País Valencià. La radiotelevisión pública del siglo XXI. *Comunicació al Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació*, pp. 803-815: <http://www.aeic2014bilbao.org/download/aeic2014bilbao_comunicaciones.pdf> (accés maig 2014).
- XAMBÓ, Rafael (2012): The media in the Valencian Country, *Catalan Journal of Communication and Media Studies*, 1, vol. 4, pp. 107-122.
- XAMBÓ, Rafael (2010a): Els mitjans de comunicació al País Valencià. *Arxius*, 23; pp-3-16.
- XAMBÓ, Rafael (coord.) (2010b): *Sociologia dels mitjans de comunicació al País Valencià*. *Arxius*, 23.
- XAMBÓ, Rafael (2002): Els mitjans de comunicació local davant del repte de la globalització. Dins de Martínez Sanchis, Francesc (coord.) *La informació valenciana de proximitat*. Actes III Jornades de Mitjans Locals i Comarcals. València, Unió de Periodistes Valencians.
- XAMBÓ, Rafael (2001): *Comunicació, política i societat. El cas valencià*. València, Tres i Quatre.
- XAMBÓ, Rafael (1996): *El sistema comunicatiu valencià*. Tesis doctoral. Departament de Sociologia i Antropologia Social. Universitat de València. Dirigida pels doctors Miquel de Moragas i Manuel Garcia Ferrando.
- XAMBÓ, Rafael (1995): *Dies de premsa. La comunicació al País Valencià des de la transició política*. València, L'Eixam.
- ZELLER, Carlos (2001): Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática. *Anàlisi*, 26; pp. 121-144.