



## **Ciberdiaris del País Valencià fundats durant la crisi (2008-2015). El cas del digital 'La Veu del País Valencià'**

### ***Valencian Cyberjournals Founded During the Crisis (2008-2015). The Case of the Digital Journal 'La Veu Del País Valencià'***

Cèlia Cerezo Garcia  
[celiacerezo.garcia@gmail.com](mailto:celiacerezo.garcia@gmail.com)  
Universitat de València

Recibido: 05/09/2016

Aceptado: 03/10/2016

#### **RESUM**

El treball és una recerca dels ciberdiaris sorgits al País Valencià durant la crisi econòmica (2008-2015). S'analitzen les característiques d'esta nova premsa digital: la llengua d'expressió informativa, àmbit geogràfic, l'any en què sorgeixen i quina província ha tingut major creixement de ciberdiaris. S'estudia també el cas concret de *La Veu del País Valencià* ([www.laveupv.com](http://www.laveupv.com)). S'analitza la seua producció periodística durant els dies 2 a 6 de maig i quines seccions i gèneres reforcen més.

#### **PARAULES CLAU**

Ciberdiaris, internet, País Valencià, periodisme digital, crisi econòmica

#### **ABSTRACT**

The work focuses on the online newspapers born in País Valencià during the economic crisis (2008-2015). The objective is to analyse this new channel of information: the languages which are used, the geographic issue, the year they are borned and which of the province are from (Alacant, Castelló o València). The case of *La Veu del País Valencià* is studied specially: the journalism work done during May 2nd to the 6th, and which journalist genre and sections is focusing on.

#### **KEYWORDS:**

Cyberjournals, internet, País Valencià, digital journalism, financial crisis

## 1. INTRODUCCIÓ

La digitalització ha suposat la transformació de la cultura impresa i ha esdevingut una quarta revolució cognitiva. Això ha estat possible en el moment en què el web ha permès gestionar els coneixements de manera col·laborativa i interactiva. És en este moment en el qual s'estableix un model de "coneixement distribuït, compartit i basat en l'ús mutu" (Carr, 2011: 103).

És ben cert que una de les més influenciades pel procés de digitalització és la professió periodística i la seua pràctica i productes. Segons José Juan Verón i Fernando Sabés (2008), les noves tecnologies han comportat canvis importants tant en les rutines com en les habilitats dels periodistes. Tanmateix, el major canvi ha estat en "una nova forma d'entendre la comunicació, marcada per la interactivitat, la hipertextualitat i la convergència multimèdia" i és per això, que cal una formació per al periodista en la qual sàpiga emprar les eines i avantatges del llenguatge multimèdia i interactiu del web (2008: 106).

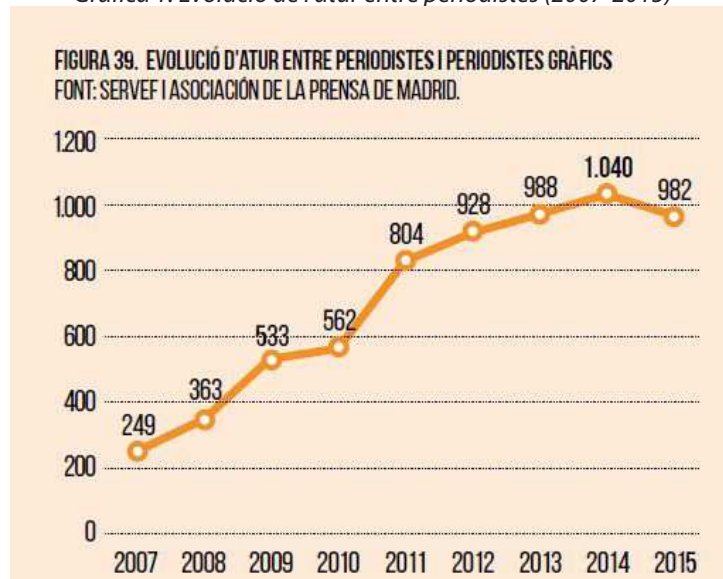
Des dels anys 90, s'ha anat configurant el sistema comunicatiu digital a tot el món i a l'Estat Espanyol. L'ecosistema comunicatiu s'ha introduït en un nou canal, internet, i en un nou tipus de mitjà, el cibermitjà, i en més quantitat, el ciberdiari<sup>1</sup>. El País Valencià no ha estat aliè a esta revolució tecnològica i durant estos anys s'ha configurat també una estructura de cibermitjans valencians. Sembla paradoxal que, tot i que les iniciatives periodístiques digitals més pioneres s'hagen alçat des de l'àrea catalanoparlant de l'Estat espanyol, no siga el País Valencià qui gaudisca d'una rellevància informativa com ho tenen Barcelona i Madrid, centres econòmics del país. Tant el ciberdiari *Vilaweb* (1995), primer ciberdiari de l'Estat i fundat pel periodista valencià Vicent Partal, com la versió *online* d'*El Temps*, setmanari de política i cultura de vocació catalanista, van ser projectes precursors en el món digital davant la resistència de la premsa de paper tradicional i les grans capçaleres regionals i nacionals.

El context en el qual es basa esta investigació (2008-2015) és el de crisi econòmica i el d'una transformació, i precarització, de la indústria de la informació. Segons el recent informe sobre la professió periodística de la Unió de Periodistes Valencians, *Crisi al sector de periodistes i periodistes gràfics a la Comunitat Valenciana (2007-2016)*, el 36'8% dels periodistes enquestats està a l'atur, una dada que, segons destaca, supera el 25% que indica la Federación Española de Asociaciones de Prensa (FAPE). El treball que hi ha és precari. Així ho reconeix el 71,7% dels enquestats, mentre un 51,9% ho atribueix a una reducció dels salaris (2016: 20-30).

---

<sup>1</sup> Iglesias, M. i Fernández, M., expliquen, en un recull de definicions de diversos autors, què és un ciberperiòdic. A partir de la definició d'un ciberperiòdic, es pot entendre què és un ciberdiari, tenint en compte que la periodicitat serà diària. Un ciberperiòdic "és un mitjà de comunicació que es recolza amb les xarxes informàtiques, organitza el seu discurs en estructures hipertextuals sense límits de temps i espai, pot oferir els seus lectors un menú de continguts d'actualitat amb diferents ritmes de difusió, pot també integrar diferents morfologies de la informació (imatge, text, i so), admet certes possibilitats de personalització i permet oferir diferents modalitats interactives de selecció i comunicació. El lector o usuari pot accedir al ciberperiòdic des de qualsevol dispositiu informàtic en el món connectat a la xarxa quan ho desitge" (2011: 9).

Gràfica 1. Evolució de l'atur entre periodistes (2007-2015)



Font: Unió de Periodistes Valencians (2016)

Amb estes dades, es pot afirmar que el moment del periodisme digital és un moment de periodisme precari i pics en l'atur. Abunden les capçaleres i el negoci publicitari d'internet posa més difícil els ingressos per als mitjans. És també en este context en què el periodisme de proximitat és un nínxol de mercat més que ha viscut un increment en nombre de cibermitjans i projectes els darrers anys, amb la dificultat afegida d'un moment de crisi. Segons el mateix informe de la UPV, el 2010 hi havia 170 capçaleres locals i comarcals, de les quals almenys 50 han tancat (2016: 79).

Davant la necessitat de cercar informació sobre l'estat del ciberperiodisme valencià durant la crisi, en este treball s'ha obtingut i estudiat una mostra de 98 nous ciberdiaris al País Valencià. I s'ha estudiat també quina és la tendència entre eixe centenar de mitjans: si imiten l'estructura de premsa tradicional, si les capitals de província centren la producció periodística o si, fins i tot, s'incrementa l'ús del valencià com a llengua informativa.

Després de 10 anys de la coexistència del periodisme amb internet a l'Estat Espanyol, l'estudi de Ramón Salaverría (2015) ens serveix per conèixer les dades i apunts de l'estat del periodisme. L'*Antic Règim* del periodisme, segons encunya l'autor, pertanyia a l'"aristocràcia mediàtica" dels periòdics impresos -mitjans de referència per a la informació-, a la ràdio i a la televisió -mitjà líder en entreteniment. Estos dos àmbits s'han vist disputats per un tercer: els mitjans digitals (2015:10).

El *Digital News Report* del 2014 del *Reuters Institute* i de la Universidad de Navarra indica que a Espanya creix l'ús de dispositius mòbils per accedir a la informació: un 46% dels enquestats fa servir el telèfon mòbil i un 21% la tauleta. Els ordinadors són encara la principal font de consum digital (68%). Una dada important és que per al 22% dels enquestats a Espanya, el telèfon mòbil és ja la principal font d'accés a notícies, sobretot entre la població menor de 35 anys.

La premsa tradicional és ara la pitjor parada, tant l'estatal com la regional, en favor dels periòdics digitals, els quals s'han pogut consolidar els darrers anys. Les xifres de lectors i la inversió publicitària abaixen i replantegen el negoci de la informació en premsa. Malgrat les dificultats, internet ha estat i és el principal espai des d'on s'han llançat nous projectes periodístics i capçaleres en esta darrera dècada. De fet, l'Asociación de Prensa de Madrid ha comptabilitzat, des del 2008 fins ara, 400 nous mitjans en tot l'Estat Espanyol. Dels exemples espanyols que destaca Salaverria els ciberdiaris més enfortits són *ElDiario.es* i *El Confidencial*. En el cas d'*ElDiario.es*, amb uns ingressos d'1'14 milions d'euros i amb unes despeses d'1'11 milions d'euros, un equilibri aconseguit el 2013 (2015:15).

Pel que fa a les perspectives de futur del periodisme a l'era digital, encara queda feina per a què les capçaleres en xarxa s'adapten als dispositius mòbils (*mobile first*), com els telèfons intel·ligents, tauletes o el seu híbrid: *phablets*. Tot i que n'hi ha uns pocs mitjans que naixen per a fer informació adaptada al consum des de tauletes, *mobile native*, la majoria opten per dissenys web autoadaptatius (*responsive web designs*), els quals tracten d'ajustar-se a pantalles més xicotetes. A l'Estat Espanyol creix l'ús de dispositius mòbils per a accedir a la informació periodística.

## 2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA DE LA RECERCA

### 2.1 OBJECTE D'ESTUDI I OBJECTIUS DE LA INVESTIGACIÓ

El ciberperiodisme ha suposat menys costos per a fundar i produir en un cibermitjà, la gratuïtat de la informació, més precarietat laboral, però també més fàcil accés a la informació. En este context s'ha d'analitzar l'aparició de nous cibermitjans al País Valencià, tot amb el rerefons de la crisi econòmica que, de rebot, ha modificat els models de negoci dels mitjans i el sistema comunicatiu espanyol i valencià.

En plantejar l'objecte d'estudi de la present recerca, no es va trobar un directori a l'abast de tothom que indicara en un llistat les noves iniciatives periodístiques digitals al País Valencià. La recerca pretén fer un directori dels nous cibermitjans de premsa sorgits des del 2008 fins el 2015 al País Valencià. Per això, la mostra de ciberdiaris s'analitzarà amb les variables de la llengua, l'àmbit territorial i el grau d'especialització. A partir de les hipòtesis que es plantejaren, es tractarà de confirmar-les o desmentir-les i, així, es respondran a les preguntes de la investigació que s'exposaran també en este apartat.

La llengua és també un element important a l'hora d'investigar. Les xifres estadístiques indiquen un retrocés en l'ús social del valencià. Els mitjans, influïts per dècades d'unes polítiques lingüístiques i comunicatives determinades, en són també responsables d'eixos resultats estadístics dolents.

Els objectius d'aquest treball, per tant, se centren en fer una recerca de la premsa digital sorgida des del 2008 fins ara al País Valencià i, una vegada seleccionats els diaris, fer una anàlisi de les seues característiques generals. Darrerament, s'explicarà el cas del digital *La Veu del País Valencià* ([www.laveupv.com](http://www.laveupv.com)), així com una anàlisi de la seua producció periodística en un període que es determinarà en la metodologia. Un cop fetes estes recerques, l'objectiu és extraure'n les conclusions.

D'aquesta recerca també, com bé s'ha dit anteriorment, es vol revelar quin grau de presència i ús té el valencià/català com a llengua informativa, això com definir on es concentren el major nombre d'iniciatives periodístiques. Finalment, també es tractarà d'investigar si els nous ciberdiaris són, en la seua majoria, d'especialització temàtica o d'informació generalista i quin àmbit territorial de proximitat predomina (sublocal, local, comarcal, intercomarcal, provincial o autonòmic).

Els objectius que, per tant, s'emmarquen en aquest treball són els següents:

- Elaborar un directori dels ciberdiaris nascuts a partir del 2008 fins el 2015.
- Estudiar quin grau de presència té el valencià com a llengua informativa en els mitjans de la mostra.
- Concloure si el model territorial predominant és el provincial, com a hereu del model de premsa tradicional i de paper. O si, en canvi, ha permès l'increment de noves capçaleres comarcals i locals.
- Determinar quina és la zona o província amb més noves capçaleres durant el període estudiat (2008-2015).
- Constatar si el món digital i internet han reforçat la capacitat d'exercir periodisme de proximitat en esvair-se barreres d'entrada: menys cost per fundar un nou mitjà, més capacitat col·laborativa, facilitat d'accés als continguts online.
- D'entre la mostra, s'ha escollit el ciberdiari *La Veu del País Valencià* (d'ara endavant LV) per ser d'abast autonòmic, generalista i en valencià, pioner d'entre els ciberdiaris de la mostra. Per això, s'estudiarà quin és el seu model de negoci i periodístic, i si és un projecte viable.

Els resultats que s'extraiguin de l'anàlisi quantitatiu de la mostra i la producció periodística de LV, permetran confirmar o desmentir les hipòtesis que es plantejaran a continuació.

## 2.2 HIPÒTESIS DE LA INVESTIGACIÓ

A partir dels objectius exposats en el punt anterior que s'han establert sobre la investigació, la principal hipòtesi és la següent:

H1. La majoria dels cibermitjans nascuts entre el període analitzat (2008-2015) reproduïxen el paradigma diglòssic de la premsa tradicional i el sistema comunicatiu valencià, és a dir, són cibermitjans escrits en la seua majoria en castellà.

A més a més, s'afegeixen les següents hipòtesis:

H2. La majoria dels nous cibermitjans de la mostra reproduïxen el model provincial de la premsa tradicional.

H3. L'any que més nombre de cibermitjans s'hauran fundat és el 2012, moment en el què més es generalitza l'ús d'*smartphones* i s'incrementa el tràfic d'usuaris als cibermitjans.

H4. València esdevé el centre informatiu del País Valencià. Això es reproduirà en què el percentatge de nous cibermitjans serà major a la província de València.

H5. *La Veu del País Valencià* (LV) no aprofita la riquesa de gèneres periodístics en la seua producció diària degut als escassos recursos del digital (capital humà).

H6. Hi haurà més notícies que altres tipus de peces en la producció periodística del LV.

### 2.3 PREGUNTES DE LA INVESTIGACIÓ

La recerca es desenvolupa al voltant de les preguntes següents:

P1. És el valencià una llengua d'ús informatiu marginal? És a dir, predomina el castellà com a llengua informativa en el nou ecosistema cibermediàtic?

P2. Reprodueixen els ciberdiaris de la mostra l'estructura territorial provinciana de la premsa tradicional?

P3. Quin és l'any o anys del període analitzat (2008-2015) en què major número de ciberdiaris s'han fundat?

P4. És també València ciutat i província un centre informatiu del País Valencià?

P5. Quin és el model de negoci de LV?

P6. Quin gènere periodístic predomina en la producció periodística de LV?

## 3. METODOLOGIA

### 3.1 DEFINICIÓ I DISSENY DE LA RECERCA

Com s'ha explicat a l'objecte d'estudi de la recerca, s'analitzarà el dinamisme dels mitjans al ciberespai valencià, quants i on han sorgit i quina llengua hi predomina. Amb este plantejament, es pot establir dos tipus d'investigació que es faran servir en este treball: exploratòria i descriptiva.

- La recerca de tipus exploratòria, segons Frank Morales, es fa sobre un objecte desconegut o poc estudiat i els seus resultats, per tant, constitueixen una visió aproximada o superficial de l'objecte d'estudi:

La fase exploratòria permet definir millor les preguntes i les hipòtesis de la investigació. Les investigacions exploratòries permeten familiaritzar la investigadora amb l'objecte d'estudi per poder fer una millor investigació descriptiva (2010: 39).

En el cas d'este treball de recerca, la fase exploratòria s'efectuarà per a obtindre el llistat de cibermitjans sorgits des del 2008 fins el 2015 i el llistat de peces produïdes entre el 2 i el 6 de maig de 2016 a LV. A banda de la recerca de cibermitjans, es farà una entrevista a un dels fundadors de LV, Moisès Vizcaíno, per a conèixer informació bàsica que no es troba en la xarxa sobre el naixement, model de negoci i plantilla del ciberdiari.

- La recerca de tipus descriptiva, diu Clàudia Favaretto, consisteix en:

caracteritzar un fenomen o situació concreta indicant els seus trets més peculiars o diferenciadors. La seua finalitat és pronosticar i identificar les relacions que existeixen entre dos o més variables [...] els investigadors recullen les dades sobre la base d'una hipòtesi, exposen i resumeixen la informació de manera curosa i analitzen els resultats, amb la finalitat d'extreure'n generalitzacions significatives que contribuïsquen al coneixement (2014: 117).

Els estudis descriptius s'expressen en termes quantitius i qualitius. En esta investigació s'ha optat per la recerca quantitativa perquè es busca classificar els ciberdiaris de la mostra a partir de les variables llengua, àmbit geogràfic, la província on informa i l'àmbit temàtic. En el cas de les peces periodístiques de LV, es classificarà per gèneres periodístics i seccions.

Per tant, a partir de les dades recollides en la fase exploratòria i sintetitzades en una graella, ja es podrà fer la primera part de la investigació quantitativa i un dels objectius de la investigació: classificar les desenes de ciberdiaris fundats durant el període 2008 i 2015. L'anàlisi o classificació dels mitjans de la mostra tindrà en compte les següents variables:

- llengua [valencià/castellà/estrangera],
- àmbit geogràfic [estatal/autonòmic/provincial/comarcal/local]
- territori/província sobre la qual informa [Castelló/València/Alacant]
- àmbit temàtic [especialitzat/generalista].

A partir d'aquesta primera part de la investigació descriptiva i quantitativa de la mostra, ja es podran confirmar o desmentir algunes de les hipòtesis i respondre a una part de les preguntes d'investigació plantejades.

En la segona part de la investigació quantitativa, s'estudiarà la producció periodística del ciberdiari *La Veu del País Valencià*. S'han escollit aleatòriament els dies 2 a 6 de maig de 2016 per fer l'anàlisi quantitativa i es tindran en compte les variables següents:

- Número de peces per gènere periodístic al dia.
- Número de peces per secció al dia, sense distingir el gènere periodístic.

### 3.2 SELECCIÓ I DISSENY DE LA MOSTRA

En este estudi, l'univers comprèn tots els ciberdiaris de l'Estat espanyol, sense distingir si el seu origen és digital o són la versió en línia del diari en paper i sense determinar tampoc la temàtica ni província o territori sobre la qual informa. Per a especificar la població, la recerca s'ha centrat en aquells ciberdiaris de premsa espanyola fundats entre el 2008 i el 2015, a partir del moment en què comença la crisi econòmica. La mostra, per tant, engloba tots aquells ciberdiaris nascuts entre el 2008 i el 2015 al País Valencià, independentment de si la seua vocació informativa és estatal/local, generalista/especialitzada o la llengua en què s'expressa.

Com que no hi ha una base de dades oficial ni oficiosa disponible per saber quan, quants i quins cibermitjans nous han sorgit al País Valencià (2008-2015), es farà servir com a font l'informe de 2014 de l'Asociación de Prensa de Madrid<sup>2</sup> i el web [www.todalaprensa.com](http://www.todalaprensa.com). Els recursos per a reunir la mostra són limitats i només es farà el recull de ciberdiaris fins el 2015, ja que l'APM només ha publicat els informes fins aquell any. En l'informe s'indica en quin any han nascut, però, no a quin territori de l'Estat espanyol sorgeixen. El procediment per a investigar-ho serà consultar cadascun dels ciberdiaris del llistat, analitzar les seues seccions i consultar l'Avis legal (on s'indica el domicili social).

En el cas de [www.todalaprensa.com](http://www.todalaprensa.com), com que el web sí indica l'àmbit territorial (Castelló, València, Alacant), la tasca de recerca i selecció serà cercar l'any en què s'ha fundat el cibermitjà. Per aconseguir-ho s'emprarà l'"Herramientas de búsqueda" de Google. S'indicarà la franja de temps per any (01/01/2008-31/12/2008; 01/01/2009-31/12/2009; 01/01/2010-31/12/2010, etc.) fins trobar en quin període apareix en xarxa.

Imatge 1. Eina de Google emprada per a cercar en quin any ha nascut un ciberdiari de la mostra



Font: google.com

Esta part de la recerca de la mostra ocuparà més temps d'elaboració, per la complexitat d'analitzar l'extensa llista de ciberdiaris d'ambdues fonts (APM i [www.todalaprensa.com](http://www.todalaprensa.com)). Per a escollir un dels 98 ciberdiaris units a la mostra s'ha fet servir els criteris d'àmbit territorial i llengua emprada per a informar. Es descarta que el model siga

<sup>2</sup> A l'informe hi ha un recull de cibermitjans nascuts a partir del 2008 a tot l'estat espanyol, tant de premsa com de televisió i ràdio.



en castellà i regional. Per tant, s'ha considerat més important fer l'anàlisi de cas d'un cibermitjà que faça servir el valencià i trenque amb el patró geogràfic provincial o regional que ha primat en la premsa tradicional, és a dir, comarcal o autonòmic.

### 3.3 RECOLLIDA I ANÀLISI DE DADES

A mesura que es reuneix i es configura el llistat de cibermitjans de la mostra, s'ha dissenyat una fitxa o graella base pròpia per a classificar-los. A partir d'aquesta taula o graella<sup>3</sup> podem fer una anàlisi general de quina és la seua estructura. Per això, s'agafen les variables que s'han mencionat anteriorment:

- àmbit geogràfic estatal/autonòmic/provincial/comarcal/local
- àrea d'informació: Castelló/València/Alacant/País Valencià/Espanya
- àmbit temàtic: generalista/especialitzat.
- llengua: castellà/valencià/estrangera

Per a la segona part quantitativa, l'anàlisi de la producció periodística de LV, s'ha dissenyat una segona graella per a fer l'anàlisi sobre quins gèneres periodístics predominen (notícia, crònica, entrevista, reportatge), i una tercera per saber quines seccions dels cibermitjans tenen més peces periodístiques durant el període analitzat (2-6 de maig de 2016).

## 4. CARACTERÍSTIQUES DELS CIBERDIARIS VALENCIANS FUNDATS DURANT LA CRISI (2008-2015)

La mostra que s'ha analitzat és de 98 nous ciberdiaris<sup>4</sup>, fundats des del 2008 fins el 2015, i que donen cobertura informativa en el País Valencià. Hi ha antecedents en este camp d'investigació, principalment el treball del professor de la Universitat de València, Guillermo López Garcia (2008). No obstant, l'estudi de López Garcia treballa sobre un període comprès des dels inicis d'internet fins el mateix 2008 i sobre una mostra més completa: ràdio, televisió i premsa digital. La investigació que ací es presenta seria una actualització només del corpus de ciberdiaris i l'estudi es centra únicament en aquells fundats durant el període de crisi.

Les variables escollides, com s'ha explicat a la metodologia, han servit per a fer una classificació de la mostra en una graella i obtindre un perfil de l'estructura cibermediàtica valenciana durant la crisi econòmica. Les variables són les següents:

- Àmbit geogràfic
- Àrea d'informació
- Àmbit temàtic

<sup>3</sup> Totes les graelles elaborades per a fer el llistat de la mostra de cibermitjans (una per any) estan a l'Annex.

<sup>4</sup> Vegeu la mostra sencera a l'Annex.

- Llengua

No obstant, no s'ha tingut en compte una quinta variable important, la qual seria si els mitjans són exclusivament digitals o derivats de diaris tradicionals. Amb les quatre variables triades, la classificació de la mostra seria la següent:

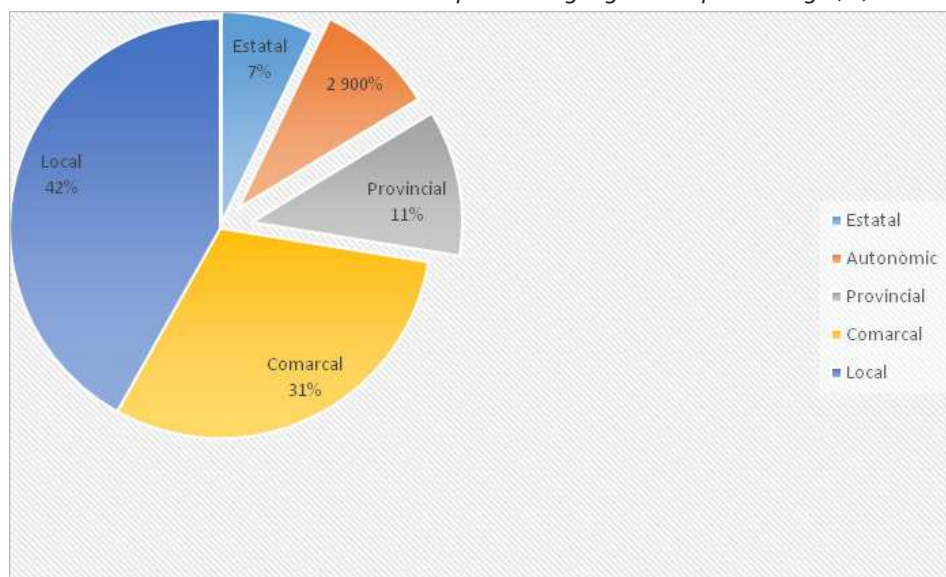
*Graella 1. Resultats de la classificació de ciberdiaris de la mostra*

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
<b>Àmbit geogràfic</b>	Estatl	2	0	1	1	0	2	0	1	7
	Autonòmic	0	0	1	1	2	3	1	1	9
	Provincial	2	1	3	1	2	2	0	0	11
	Comarcal	3	9	4	5	3	6	0	0	30
	Local	5	6	6	8	7	7	2	0	41
<b>Àrea d'informació*</b>	Espanya	2	0	1	1	0	2	0	1	7
	País Valencià	0	0	1	1	2	3	1	1	9
	Castelló	3	2	1	2	3	0	0	0	11
	València	3	7	6	5	5	9	1	0	36
<b>Àmbit temàtic</b>	Alacant	4	10	6	7	4	6	1	0	38
	Generalista	11	14	13	15	9	16	1	1	80
<b>Llengua</b>	Especialitzat	1	2	2	1	5	4	2	1	18
	Cast	9	11	9	12	9	15	2	1	68
	Val	3	2	3	2	4	4	1	0	19
	Ambdues	0	3	2	1	1	1	0	1	9
	Est	0	0	1	1	0	0	0	0	2
										<b>98</b>

Font: elaboració pròpia

Una primera hipòtesi que es va plantejar a la investigació i es revoca és la que afirma que els ciberperiòdics reproduïxen l'estructura provincial de la premsa tradicional valenciana. Com s'aprecia a la graella, l'àmbit digital ha propiciat que el model més habitual siga el local (41 ciberdiaris locals, un 42%), el segueix el comarcal (30, un 31%) i el provincial (11, vora un 11%). A la gràfica 2 s'exposen els percentatges de cibermitjans segons la informació: local, comarcal, provincial, autonòmic o estatal.

*Gràfica 2. Ciberdiaris de la mostra per àmbit geogràfic en percentatge (%)*

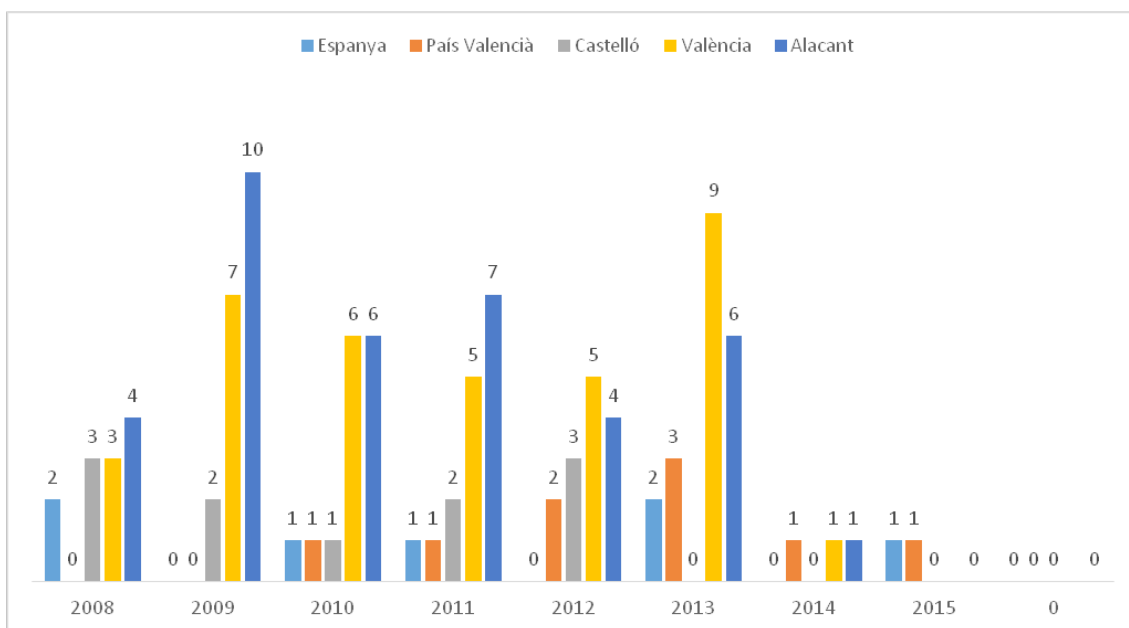


Font: elaboració pròpia

Mònica Parreño (2015) afirma que "la premsa escrita continua sent provincial amb diaris que s'adrecen al públic de la província a la capital de la qual tenen radicada la redacció" (2015: 35). Internet, amb majors facilitats per obrir un cibermitjà, ha contribuït a què cresquen els ciberdiaris locals i comarcals. No obstant, això no és sinònim de més audiència o difusió ja que, actualment, les grans cibercapçaleres, emigrades de les provincials i les edicions regionals de la premsa espanyola tradicionals, copen el major percentatge de difusió a internet.

Els factors demogràfics, econòmics i socials influeixen en el nombre de cibermitjans, la seua audiència i el dinamisme mediàtic d'un territori. D'esta manera, l'ordre de províncies amb més ciberperiòdics hauria de ser València, Alacant i Castelló, respectivament. Seguint eixa lògica, als inicis de la investigació es va plantejar una segona hipòtesi: València ciutat i província esdevé el major centre informatiu, és a dir, que la capitalitat fa que el major nombre de ciberperiòdics es concentren en eixa zona. Tanmateix, segons les dades extretes de la mostra, des del 2008 fins el 2015 la tendència ha variat. Uns 38 dels 98 nous ciberperiòdics donen cobertura informativa a municipis, comarques i província d'Alacant. Supera a València, la qual compta amb un total de 36 dels 98 ciberperiòdics que informen per a usuaris de la província.

Gràfica 3. Àrees d'informació dels cibermitjans per any<sup>5</sup>



Font: elaboració pròpia

Els anys 2008, 2009 i 2011, Alacant ha estat la província a la qual més nous ciberperiòdics que hi donen cobertura informativa s'han fundat: 4, 10 i 7 respectivament. Tot i això, el 2010 tant València com Alacant han estat igualades (6 nous cibermitjans que hi donen cobertura a cada província). L'únic any on totes les variables d'àrees geogràfiques han estat igualades és el 2014: 1 a Alacant, 1 a València (l'altre restant correspon a tota l'àrea del País Valencià). El 2013 fou el millor any per a València: 9 ciberperiòdics actuen

<sup>5</sup> El total de ciberperiòdics de la mostra no coincideix amb el total de vegades que es comptabilitzen les variables. Això s'explica perquè hi ha cibermitjans que informen per a territoris de més d'una província. No obstant però, cal matisar que només s'han trobat exemples de ciberdiaris que informen per a comarques de València i Alacant en un mateix domini. La relació entre comarques properes, però, pertanyents a províncies diferents és habitual en la frontera entre València i Alacant, en concret, al territori Diànic (Diània) o conegut com "la quarta província".

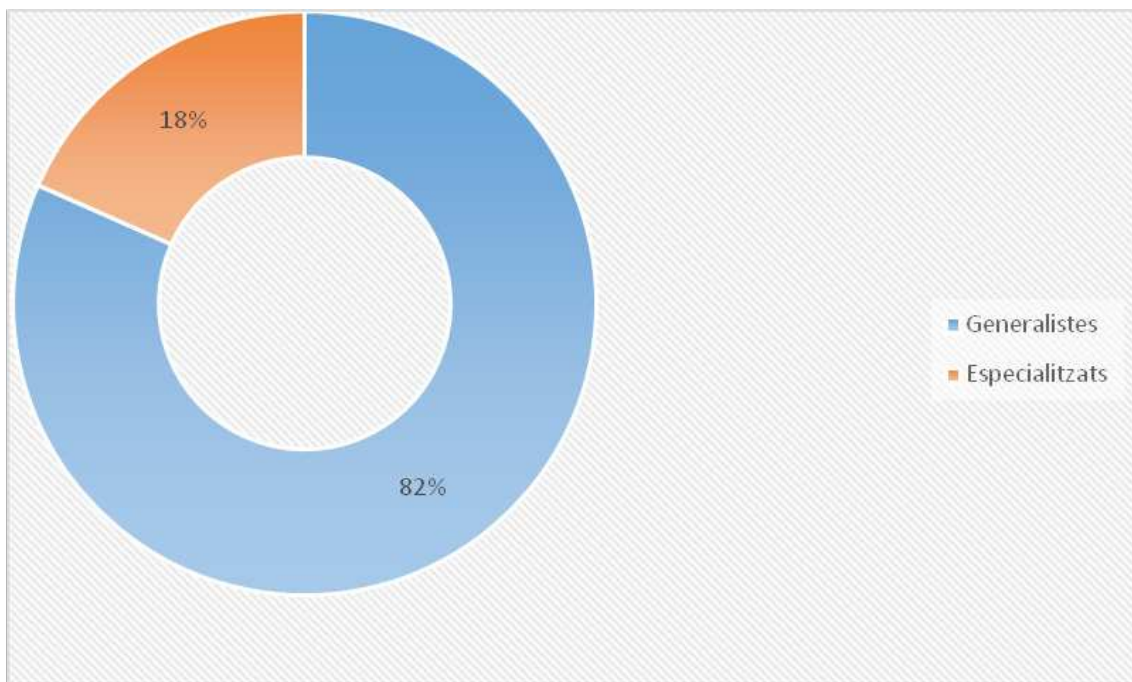
en este territori, 3 diaris més que a Alacant. A més a més, el 2013 ha estat l'any més prolífic respecte de la fundació de cibermitjans.

Cal centrar-nos ara en Castelló. La lògica socioeconòmica que s'ha citat dos paràgrafs enrere sí que es compleix en este cas. Els tres últims anys (2015, 2014 i 2013) no s'han registrat nous ciberdiaris a Castelló ni cap de les seues comarques i municipis. Segons la mostra configurada en esta investigació, els anys en què Castelló ha sobreixit en la gràfica han estat el 2008 i el 2012.

Crida l'atenció també la poca tradició mediàtica autonòmica del País Valencià. Són pocs els exemples de ciberdiaris que donen completa informació, tant generalista com especialitzada, a nivell autonòmic. Destaquem l'exemple de *La Veu del País Valencià* (generalista), la qual, ofereix tots els seus continguts en valencià. Per això, este ciberdiari ha estat escollit com a estudi de cas.

Pel que fa a l'àmbit temàtic dels cibermitjans, tal i com es va plantejar com a hipòtesi a l'inici de la investigació, hi ha molts més ciberdiaris generalistes que d'especialitzats. A la Gràfica 4 de sectors es veu que un 81% dels mitjans de la mostra són generalistes, front el 19% d'especialitzats.

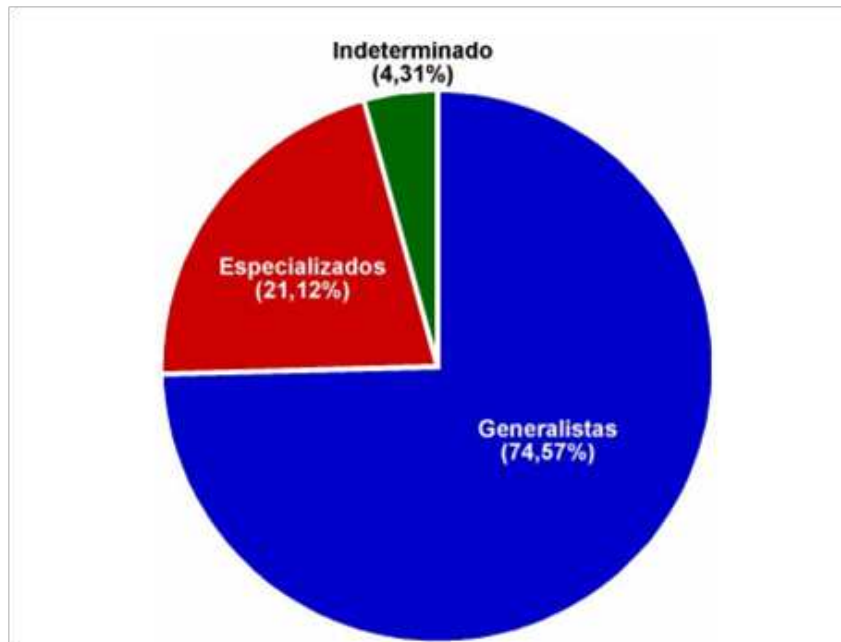
Gràfica 4. Àmbit temàtic dels cibermitjans (%)



Font: elaboració pròpia

Si prenem de referència l'estudi abans mencionat, de Guillermo López Garcia (2008), qui treballa sobre un corpus de 232 cibermitjans (tant de ràdio com de televisió i premsa), el seu percentatge de cibermitjans generalistes *versus* especialitzats és molt similar al d'esta recerca. Cal matisar, de nou, que la comparació de percentatges que es fa és entre una mostra de cibermitjans amb una altra, la d'esta cerca, només de ciberdiaris. Tot i així, els resultats entre ambdues investigacions són molt similars.

Gràfica 5. Cibermitjans generalistes – especialitzats (1995-2008)



Font: Lopez Garcia, Guillermo (2008)

La variació percentual gairebé supera els 3 punts als especialitzats: el 21,12% en 2008 front el 18% el 2015. I pel que fa als generalistes, el percentatge entre els cibermitjans de la mostra de Lopez Garcia i el d'esta cerca és d'uns 6'5 punts percentuals. És a dir, segons este estudi els cibermitjans nascuts durant el període de crisi econòmica (2008-2015) són en el 82% dels casos generalistes, mentre que els ja existents entre el moment que naix el periodisme digital fins l'últim any de bonança econòmica són en el 74'57% dels casos generalistes.

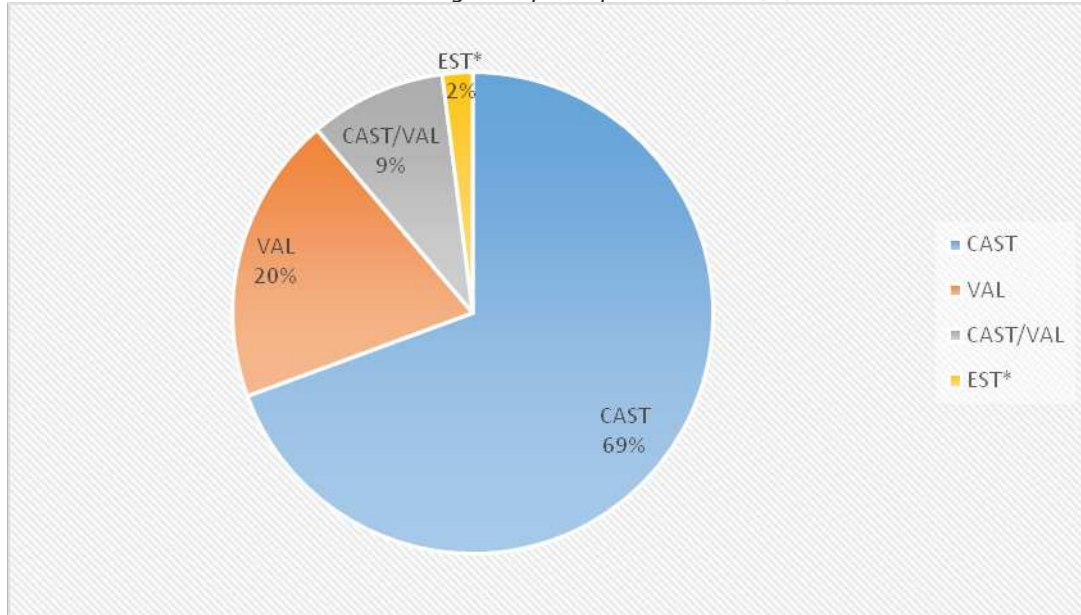
## 5. L'ÚS MEDIÀTIC DEL VALENCIÀ PER PART DELS CIBERDIARIS DE LA MOSTRA

Segons *l'Informecat 2015. 50 dades sobre la llengua catalana*, elaborat per Plataforma per la Llengua (2015), al País Valencià la meitat de la població, un 48,8%, no sap parlar català/valencià, cosa que el situa com l'últim territori de l'estat espanyol en percentatge de parlants, per darrere de Catalunya, La Franja i Les Illes Balears. El nombre de parlants, però, no és igual que l'ús social de la llengua. Pot haver-hi un 50% de catalanoparlants al País Valencià, però només un 20% que en faça un ús social.

*L'Informecat 2015* diu que "no s'ha aconseguit augmentar el nivell de coneixement de la llengua pròpia de manera notòria" (2015: 6). S'ha passat del 49,5% de parlants el 1986 a 51,2% el 2011. Que el valencià no siga idioma d'ensenyament obligatori, junt amb altres factors com les polítiques comunicatives i administratives, les quals no han incentivat el seu ús mediàtic i social, han estat determinants per a la situació crítica de la llengua catalana al País Valencià. A això es sumaria el tancament de Radiotelevisió Valenciana (RTVV) el 2013 i les emissions de Catalunya Ràdio el 2014 -ambdues per ordre de la Generalitat Valenciana- el cessament també de centenars de línies educatives en valencià, motius que contribueixen a la poca presència del valencià en els

mitjans i, de retruc, en la societat. En este context s'ha gestat una estructura mediàtica diglòssica que, tot i els avantatges d'internet, no ha capgirat per a un major ús mediàtic del valencià durant els anys de crisi econòmica. Les dades d'este estudi ho palesen:

Gràfica 6. Llengua emprada per a informar (%)



Font: elaboració pròpia

\*Llengua estrangera (no s'especifica en quina)

Segons les dades de la mostra, el castellà és la llengua majoritària d'expressió cibermediàtica. Un 69% dels diaris s'expressen únicament en castellà, i un 9% són bilingües (castellà i valencià). Una qüestió a destacar i que no s'ha analitzat és quin pes té el valencià respecte del castellà en eixe 10% de ciberdiaris bilingües, ja que es pot donar el cas que només una de les seccions o un percentatge molt reduït d'informacions siguen aquelles que ho fan en valencià.

L'ús social de la llengua catalana al País Valencià sembla coincidir amb la seua presència mediàtica als ciberdiaris. Eixa representació i ús de la llengua valenciana als ciberdiaris nascuts durant la crisi (20% en valencià) queda molt lluny del 51'2% de valencians que la saben parlar. Tot i això, convé ser optimistes. Per primera volta en anys, hi ha la possibilitat i existeix un cibermitjà d'ambició autònoma i generalista que informa plenament en valencià, *La Veu del País Valencià*, nascut el 2013, any en què més cibermitjans s'han fundat en la llengua valenciana com a eina d'expressió. És destacable també la feina de *Sons de Xaloc* i la *Revista Tres deu* així com el portal ambiental *Samaruc Digital*. Totes estes capçaleres han nascut a la segona dècada del segle XXI. Les especialitzades en música valenciana, *Sons de Xaloc* i la *Revista Tres deu*, han estat projectes impulsats per joves en un moment de màxima producció cultural.

El cas valencià no és comparable al cas català, on hi ha més d'un exemple de ciberperiòdic d'àmbit autònom que, a més a més, arriba a un alt nivell d'audiència: "més de 2 milions d'usuaris únics el novembre de 2014 a *Nació Digital* i el *Diari Ara* i més d'1 milió en el cas de *Vilaweb* i *El Punt Avui*" (Plataforma per la Llengua, 2015: 8).

## 6. EL CAS DEL DIGITAL LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ (2013)

### 6.1 FUNDACIÓ

El cibermitjà *La veu del País Valencià* ([www.laveupv.com](http://www.laveupv.com)), d'ara endavant LV, naix l'1 de gener de 2013 per a convertir-se en el primer diari editat en valencià i amb vocació autonòmica. LV, l'editora del qual és Edicions La Veu del País Valencià, SL, trenca amb dos models periodístics en què s'han basat tant la premsa tradicional com la digital de proximitat: el regional i el local. Segons un dels seus fundadors, Moisés Vizcaíno<sup>6</sup>, LV sorgeix per una necessitat col·lectiva, perquè al País Valencià era impossible llegir premsa diària feta en català i per periodistes valencians i amb vocació autonòmica. Amb LV s'ompli un buit comunicatiu en dos sentits: el lingüístic i el territorial, dos elements fonamentals per a la vertebració comunicativa del País.

El procés de gestació de LV ix de la idea, no única, de Moisés Vizcaíno, advocat de professió. Al projecte s'hi suma més gent i es forma un equip de persones que comparteixen eixe objectiu de crear el ciberdiari. Des del 2012 fins el 2013 hi ha tot un moviment de contactes per a reunir periodistes, col·laboradors, proveïdor web i elaborar el disseny i la imatge corporativa. En el moment fundacional, hi ha 3 socis que aporten capital, entre d'ells Vizcaíno.

El projecte partia de zero; els fundadors no tenien gaire coneixements tècnics sobre creació i gestió d'una web. Quan el 2012 publiquen a un blog que volen fer un diari d'eixes característiques, immediatament es posa en contacte amb ells un proveïdor web, Tirabol Produccions, qui dona servei a *Racó Català* i altres capçaleres catalanes. Ara hi ha 12 persones implicades amb LV i compta amb vora 30 persones que hi col·laboren de manera *freelance*, això fa que el diari ja tinga un caràcter professional.

### 6.2 MODEL DE FINANÇAMENT I PLANTILLA

*La Veu del País Valencià*, com tot projecte periodístic, naix amb l'objectiu de ser una empresa viable. La idea inicial del model de negoci era el basat en subscriptors voluntaris (agermanats). Els càlculs que es tenien eren que uns 10.000 valencians aportaren 1€ al mes per a què amb 120.000 euros anuals es poguera sustentar el negoci, però només han aconseguit 1.000 agermanats. D'este model sorgeix la idea d'agermanar ajuntaments també fins que, ara, amb el seu suport, junt amb la publicitat per iniciativa privada (AdWords), ja compten amb el 90% dels ingressos del diari. Hi ha, però, una limitació als ingressos que vinguin dels ajuntaments, ja que no poden aportar al diari més de 5.000 €, per a no tenir dependència econòmica. D'esta manera, LV té un model de negoci basat en la publicitat, continguts d'accés lliure i la subscripció amb serveis afegits.

L'actual plantilla de LV està formada per: 5 periodistes, 4 correctors, 2 comercials, 1 administratiu, 1 tècnic, 1 assessor financer i 1 editor i coordinador (no remunerat). El mateix departament de corrector i lingüistes té en projecte la redacció d'un llibre d'estil que contribuïska a la normalització lingüística i de redacció. És un repte que, tot i els recursos limitats de LV, encara està per aconseguir.

<sup>6</sup> Entrevista a Moisés Vizcaíno, editor i fundador de *La Veu*, realitzada el 21 de maig de 2016. (Cèlia Cerezo, Entrevistadora).

### 6.3 AUDIÈNCIA

En l'àmbit de les audiències, LV ha anat en creixement. S'ha adscrit amb *Directe.cat* i es pot saber la seua evolució a través d'OJD Interactiva.

Imatge 2. Evolució de l'audiència de LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ (juny 2014-abril 2016)

INCLUIDO EN	MES/AÑO	N. UNICOS	VAR %	VISITAS	D.MEDIA	PAGINAS	PDF
DIRECTE.CAT	Abr/16	103.488	10,13	208.998	00:02:08	387.090	
DIRECTE.CAT	Mar/16	93.949	-7,53	181.312	00:02:02	312.592	
DIRECTE.CAT	Feb/16	101.995	-27,43	194.680	00:01:55	327.702	
DIRECTE.CAT	Ene/16	139.994	45,34	252.480	00:01:39	397.676	
DIRECTE.CAT	Dic/15	96.324	22,09	179.303	00:01:46	292.300	
DIRECTE.CAT	Nov/15	78.915	-29,75	161.601	00:02:17	290.038	
DIRECTE.CAT	Oct/15	112.330	18,13	216.210	00:02:04	385.695	
DIRECTE.CAT	Sep/15	95.090	-7,77	187.942	00:02:09	323.609	
DIRECTE.CAT	Ago/15	103.098	-13,41	186.300	00:01:53	298.121	
DIRECTE.CAT	Jul/15	119.059	-16,99	226.395	00:01:52	382.121	
DIRECTE.CAT	Jun/15	143.434	-0,41	292.680	00:01:58	481.880	
DIRECTE.CAT	May/15	144.025	48,71	281.322	00:01:52	420.951	
DIRECTE.CAT	Abr/15	98.169	-15,25	168.156	00:01:51	276.972	
DIRECTE.CAT	Mar/15	115.828	5,17	184.479	00:01:49	301.278	
DIRECTE.CAT	Feb/15	110.133	64,01	182.761	00:01:50	298.771	
DIRECTE.CAT	Ene/15	67.150	7,15	132.452	00:02:17	242.801	
DIRECTE.CAT	Dic/14	82.668	-10,92	127.822	00:02:10	232.631	
DIRECTE.CAT	Nov/14	70.349	-12,72	145.080	00:02:18	296.618	
DIRECTE.CAT	Oct/14	80.805	0,20	158.924	00:02:16	291.688	
DIRECTE.CAT	Sep/14	80.445	97,67	144.815	00:01:57	251.045	
DIRECTE.CAT	Ago/14	40.698	-25,73	78.834	00:02:10	145.146	
DIRECTE.CAT	Jul/14	54.797	8,08	111.407	00:02:15	203.810	
DIRECTE.CAT	Jun/14	51.054	--	96.435	00:02:16	182.194	

Font: OJD Interactiva

Els pics d'audiència de LV coincideixen en moments electorals i post-electorals: MAIG/15; JUN/15; GEN/16. S'observa un creixement moderat de navegadors únics, tot i que des del 2014 fins el 2016 s'ha duplicat. Hi ha una creixuda important de visitants únics de gener de 2015 (67.150) a febrer de 2015 (110.133), moment a partir del qual sempre està al voltant dels 100.000 visitants. La major variació de creixement fou, com bé hem dit abans, en dos moments electorals (maig i juny de 2015 i gener de 2016). La duració mitjana del visitant oscil·la entre un i dos minuts.

Imatge 3. Contingut de LA VEU per comarques



Font: www.laveupv.com



Es poden accedir als continguts informatius a través de diverses formes. El menú permet classificar el seu contingut per àrea temàtica, per gènere i per àmbit territorial. LV classifica, no per províncies, sinó per comarques, tret que el diferencia com a cibermitjà.

Hi ha un altre diari que forma part d'Edicions La Veu del País Valencià, SL, *PilotaVeu*, i naix el 2014 com a capçalera especialitzada en pilota valenciana. El ciberdiari està gestionat per un pilotari professional, el mateix qui proposà a l'editor la idea de fer el ciberdiari. Tot i això, és un projecte que encara no està professionalitzat ni té rendibilitat, però en el pla d'empresa del 2016 es contempla l'objectiu a curt termini d'incorporar un periodista més a la redacció de *PilotaVeu*.

#### 6.4 LA PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA DE LA VEU (2-6 DE MAIG DE 2016)

Este apartat forma part de l'anàlisi de *La Veu del País Valencià*, on s'ha tractat de recollir totes les peces fetes pels seus periodistes durant els dies 2 a 6 de maig. El format en la producció periodística de LV no ha estat divers i ha primat la notícia davant altres gèneres de major elaboració, com puga ser el reportatge o l'entrevista.

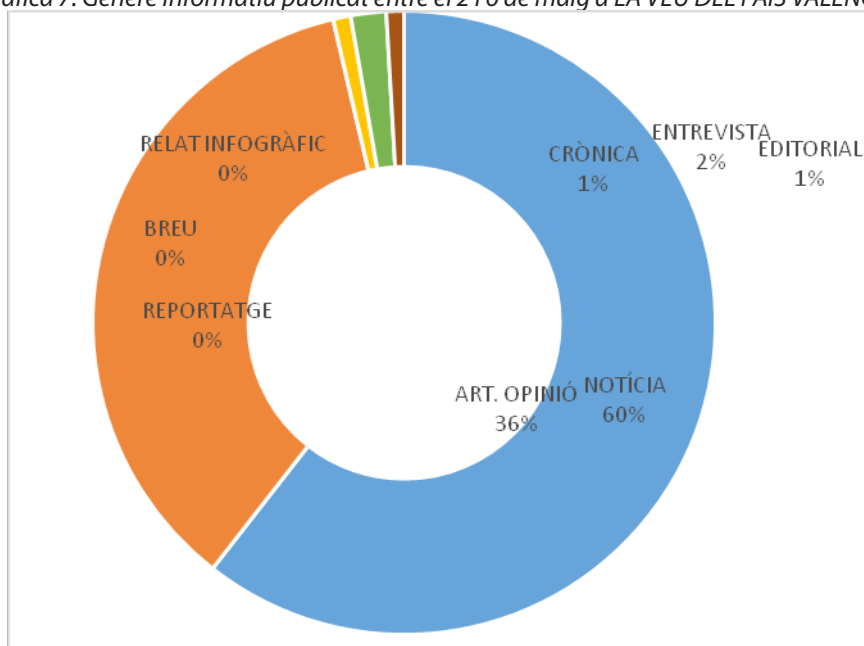
*Graella 2. Tipus de gènere informatiu de les peces de LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ (2-6 de maig de 2016)*

		TIPUS DE GÈNERE INFORMATIU (nº de peces/gènere)							
		NOTÍCIA	BREU	CRÒNICA	REPORTATGE	ENTREVISTA	RELAT INFOGRÀFIC	BLOG/ ARTICLE/ COLUMNA D'OPINIÓ	EDITORIAL
DIA/MES/ANY	02/05/2016	15	0	1	0	1	0	8	0
	03/05/2016	8	0	0	0	0	0	8	0
	04/05/2016	13	0	0	0	0	0	9	1
	05/05/2016	17	0	0	0	0	0	7	0
	06/05/2016	13	0	0	0	1	0	7	0
	TOTAL	66	0	1	0	2	0	39	1

*Font: elaboració pròpia*

Gèneres interpretatius com el reportatge o la crònica impliquen més recursos i temps i, tal volta, en ser un diari més auster, no hi ha hagut la possibilitat de produir-los. L'única crònica que es fa durant els 5 dies d'anàlisi correspon a un esdeveniment esportiu, més propens a fer servir este gènere. A més a més, és una crònica publicada un dilluns sobre una jornada de pilota valenciana del cap de setmana. En ser un diari autonòmic, una de les hipòtesis que es van plantejar era que hi hauria més entrevistes i més temes que ho propiciaren. Un radi territorial com el d'una comunitat autònoma suposa més generació d'informació i més protagonistes d'aquesta: polítics, representants, col·lectius, artistes i personalitats. LV, en canvi, no ha sabut o pogut aprofitar les possibilitats d'un context social com el del País Valencià, el qual, a més, coincidia en un moment pre-electoral. Només hi ha una entrevista política sobre el futur intern d'un partit polític, el Bloc, i una altra sobre mitjans de comunicació al País Valencià.

Gràfica 7. Gènere informatiu publicat entre el 2 i 6 de maig a LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ



Font: elaboració pròpia

La Veu del País Valencià ha donat més pes a l'opinió (37% del contingut) front el 63% d'informació en totes les seues variants (notícia, crònica, entrevista). LV té una ampla xarxa de columnistes amb autoritat, periodistes, lingüistes, escriptors o sociòlegs, que publiquen una mitjana d'article per setmana. A més a més, dona la possibilitat de participar als lectors, a través dels blogs, cosa que ha fet pujar el percentatge d'opinió en aquesta anàlisi. En l'àmbit dels gèneres d'opinió, LV ha optat per publicar una editorial setmanal, cada dimecres. Això explica que durant els 5 dies d'anàlisi hi haja només una.

La Veu presenta una estructura per seccions diferent a la qual s'acostuma. Es pot accedir a la mateixa peça informativa des dues formes: o per les subseccions de "Temàtica" o bé per "Territorial".

Imatge 4. Secció 'Actualitat' de LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ



Font: www.laveupv.com

Imatge 5. Secció 'Temàtica' de LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ



Font: www.laveupv.com

Imatge 6. Secció 'Opinió' de LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ



Font: www.laveupv.com

Imatge 7. Secció 'Territorial' de LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ



Font: www.laveupv.com

S'ha pres com a base d'anàlisi l'apartat "Temàtica", ja que també presenta major flexibilitat per a incloure tot el contingut del ciberdiari. Per accedir als articles d'opinió, exceptuant l'editorial, s'ha obtingut el llistat de peces a partir del servei d'hemeroteca de la secció "OPINIÓ". Les entrevistes i editorials no estan classificades dins de la secció "Temàtica", llavors l'editorial de LV s'ha inclòs a la variable "OPINIÓ" i les dues entrevistes en les altres variables en funció del seu contingut (Ex: entrevista a un polític sobre política, anirà a la columna de "POLÍTICA"; entrevista a un músic, anirà a la columna "MÚSICA" o entrevista de perfil, anirà a "SOCIETAT").

Graella 3. Número de peces publicades per secció a LA VEU DEL PAÍS VALENCIÀ (2-6 de maig de 2016)

## SECCIONS (nº de peces/secció)

		CULTURA	ESPORTS	POLÍTICA	SOCIETAT	MÚSICA	PILOTA VALENCIANA	MEDI AMBIENT	ECONOMIA	EDUCACIÓ	OPINIÓ + VALENXARXA (Bloguers)
DIA/MES/ANY	02/05/2016	1	0	7	5	1	1	1	0	1	8
	03/05/2016	3	0	2	2	1	0	0	0	0	8
	04/05/2016	3	0	3	2	3	0	0	1	1	10
	05/05/2016	4	0	4	4	1	0	1	0	3	7
	06/05/2016	3	0	6	4	0	0	0	0	1	7
	TOTAL	14	0	22	17	6	1	2	1	6	40

Font: elaboració pròpia

La secció "POLÍTICA" reuneix el major número de peces periodístiques (22), i la segueix "SOCIETAT" (17) i "CULTURA" (14). "ESPORTS", en canvi, no ha tingut cap aportació en tot el període d'anàlisi i "MÚSICA", "EDUCACIÓ" i "MEDI AMBIENT" esdevenen anecdòtiques, amb 6, 2 i 6 peces respectivament. Cal matisar que la secció "POLÍTICA" inclou el major número de peces, tal i com ocorre a gran part del cibermitjans generalistes, en què la política predomina davant d'altres àrees d'interès informatiu. Cal destacar la inclusió d'una secció com "PILOTA VALENCIANA", un esport tradicional valencià que no ocupa tanta atenció mediàtica a la resta de cibermitjans. La poca quantitat de peces en esta secció (1 peça) s'explicaria perquè: 1) l'interès informatiu de la pilota valenciana és al cap de setmana, cosa que està fora del període d'anàlisi; 2), ja hi ha un cibermitjà

especialitzat adjunt a LV i que es dedica en exclusiva a este esport tradicional: *Pilotaveu* ([www.pilotaveu.com](http://www.pilotaveu.com)).

Com s'ha comentat a l'anàlisi quantitativa de l'ús dels gèneres, LV té una ampla xarxa d'opïnadors i columnistes que fan que l'opinió siga un punt fort del ciberdiari. Tant la participació d'usuaris com les diferents col·laboracions fan possible que en només 5 dies hi hagen publicades unes 40 peces a la secció d'"OPINIÓ", quasi la meitat de tota la producció periodística de LV en eixe mateix període.

## 7. CONCLUSIONS

En esta investigació, l'anàlisi de la mostra ha servit per respondre algunes qüestions sobre el ciberperiodisme valencià. La primera pregunta a respondre era sobre la presència escassa del valencià com a llengua d'expressió informativa. Els resultats palesen que només un 20% dels cibermitjans de la mostra (2008-2015) són íntegrament en valencià, front un 9% bilingües (cast/cat) i un 69% majoritari en castellà. La hipòtesi sobre el poc ús mediàtic del valencià que s'havia plantejat a l'inici del treball, per tant, es confirma.

Un dels punts sorprenents que s'han trobat amb la investigació és refutar la hipòtesi que el ciberperiodisme hereta el model territorial del tradicional, basat en el provincial. La majoria de capçaleres han estat de caràcter local i comarcal (vora el 73% dels ciberdiaris), front una escassa presència de la vocació autonòmica (9%) i provincial (11%). Paral·lelament s'havia plantejat que el 2012 seria l'any més prolífic en número de cibermitjans fundats i que la capitalitat de València faria d'ella una ciutat i província de centre informatiu. Però, segons les dades de la mostra, el 2013 ha estat l'any quan més cibermitjans s'han fundat i la província que més cibermitjans té no és precisament València, sinó Alacant, la segona més poblada del País Valencià.

Ha estat important saber com era la producció periodística a *La Veu del País Valencià* (2-6 de maig de 2016), i això ha servit per saber quin format i gènere hi predomina. El resultat ha demostrat que la reduïda plantilla i el poc de temps que porta en marxa el projecte fa que la qualitat dels productes, entenent-ho per la redacció de peces de major cost com els reportatges o les entrevistes, siga menor que les capçaleres més lligides del País Valencià, provinents de diaris nacionals i regionals tradicionals. Per això, la notícia, l'opinió i la temàtica política han predominat en la redacció de LV.

Finalment, es voldria valorar positivament les millores en matèria lingüística que han fet alguns dels ciberdiaris valencians, en concret 3 casos. Dos d'ells provenen de la premsa tradicional i l'altre nadiu digital. Des del 2015 es pot llegir la secció valenciana d' *ElDiario.es*, *ElDiariocv*, en català; i des d'este any també es pot llegir el suplement cultural setmanal *Arts*, d' *El Mundo Comunitat Valenciana*. Des de l'1 de maig de 2016 els usuaris valencians també poden llegir el diari *Levante-emv.com* en català (només en versió digital), sens dubte una fita històrica donada la importància d'eixe ciberdiari en termes d'audiència i influència. Recentment, l'edició valenciana digital del diari conservador *ABC* es pot llegir també en català.

Tot i que el valencià, sobretot arran el tancament de *Ràdiotelevisió Valenciana*, té poca presència en els mitjans tant tradicionals com digitals, s'ha trobat que, gràcies al ciberperiodisme, és més fàcil i barat produir informació de proximitat. En conseqüència, la llengua valenciana s'ha pogut vore beneficiada per les possibilitats de l'entorn digital.

## BIBLIOGRAFIA

Asociación de la Prensa de Madrid (2014): *Informe anual de la profesión periodística 2014*. Madrid: Departamento de Comunicación, Publicaciones y Actividades. Disponible en Internet: [http://www.apmadrid.es/images/stories/Informe%20profesion\\_2014\\_def\\_baja.pdf](http://www.apmadrid.es/images/stories/Informe%20profesion_2014_def_baja.pdf) [Consulta: de 2 d'abril de 2016]

Carr, L.; Swan, A.; Harnard, S. (2011): "Creación y mantenimiento del conocimiento compartido: contribución de la University of Southampton", en *El profesional de la información*, vol. 20, nº 1, pp. 102-110.

Favaretto, C. (2014): "La evolución de los ciberdiarios deportivos en el escenario de la web 2.0. El caso español". Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en Internet: <http://ddd.uab.cat/record/128953> [Consulta: 13 d'abril de 2016]

Iglesias, M.; i Fernández, M. (2011): *Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología*. En Larrondo Ureta, A; i Meso Ayerdi, K. (eds.). III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0: la transformación del espacio mediático. Lejona, Vizcaya: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Disponible en Internet: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/46485> [Consulta: 12 d'octubre de 2016]

López García, G. (2008): *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. València: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en Internet: <http://www.cibermediosvalencianos.es/cibermedios.pdf>. [Consulta: 14 de maig de 2016]

López García, G. (2015): *Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio. Modelos de comunicación en internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Morales, F. (2010): "Pensamiento Imaginactivo. Conozca tres tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa". Disponible en Internet: <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa> [Consulta: 13 d'abril de 2016]

OJD Interactiva (2016). "laveupv.com". Disponible en Internet: <http://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/directe-evolucion-audiencia/totales/anual/4886/trafico-global/> [Consulta: 31 de maig de 2016]

Parreño, M. (2014): *El camp periodístic valencià. L'estructura mediàtica i la pràctica dels periodistes*. Barcelona: Col·lecció Aldea Global. [Consulta: 16 d'abril de 2016]

Plataforma per la Llengua (2015): *l'Informecat 2015. 50 dades sobre la llengua catalana*.

Barcelona. Disponible en Internet: [https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informecat-2015\\_1430810660.pdf](https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informecat-2015_1430810660.pdf) [Consulta: 20 d'abril de 2016]

Reuters Institute i Universidad de Navarra (2014) "Digital News Report 2014 España". Disponible en Internet: <https://www.unav.edu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf>. [Consulta: 30 d'abril de 2016]

Salaverría, R. (2015): "Periodismo en 2014: balance y tendencias", en *Cuadernos de periodistas*, nº 29. Disponible en Internet: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/numero/29/> [Consulta: 25 d'abril de 2016]

Todalaprensa.com. (2016): "Periódicos y prensa de la Comunidad Valenciana" Disponible en Internet: <http://www.todalaprensa.com/Espana/valencia.htm> [Consulta: 20 d'abril de 2016]

Unió de Periodistes Valencians (2016): *Crisi al sector de periodistes i periodistes gràfics a la Comunitat Valenciana (2007-2016)*. València. Disponible a: <http://www.unioperiodistes.org/wp-content/uploads/2016/05/Memoria-en-baja.pdf> [Consulta: 28 d'agost de 2016]

Verón Lassa, J. J.; i Sabés Turmo, F. (2008): "Las nuevas tecnologías en la formación periodística", en *Quaderns de comunicació i cultura*, nº 36, pp. 105-114. Disponible en Internet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2676372> [Consulta: 25 d'abril de 2016]

## ANNEX

### 1. MOSTRA DE CIBERMITJANS

#### 1.1 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2008

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic [estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	Àrea d'informació [Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua [castellà/ valencià/ estrangera]
1	<a href="https://360gradospress.com/">https://360gradospress.com/</a>	Estatl	Espanya	Generalista	CAST
2	<a href="http://ritmosxxi.com">http://ritmosxxi.com</a>	Estatl	Espanya	Especialitzat. Cultura	CAST
3	<a href="http://www.torrentaldia.com">www.torrentaldia.com</a>	Local	València (Torrent)	Generalista	CAST
4	<a href="http://paternaaldia.com">http://paternaaldia.com</a>	Local	València (Paterna)	Generalista	CAST
5	<a href="http://www.paternaahora.com/">http://www.paternaahora.com/</a>	Local	València (Paterna)	Generalista	CAST
6	<a href="http://www.gentedigital.es/alicante/">http://www.gentedigital.es/alicante/</a>	Provincial	Alacant	Generalista	CAST
7	<a href="http://www.elchedigital.es/">www.elchedigital.es/</a>	Local	Alacant (Elx)	Generalista	CAST
8	<a href="http://torreguia.es/">http://torreguia.es/</a>	Local	Alacant (Torrevieja)	Generalista	CAST
9	<a href="http://www.portada.info">http://www.portada.info</a>	Comarcal	Alacant (Alt Vinalopó)	Generalista	CAST
10	<a href="http://www.acicastello.org/">http://www.acicastello.org/</a>	Provincial	Castelló Castelló	Generalista	VAL
11	<a href="http://3x4.info/">http://3x4.info/</a>	Comarcal	(Els Ports, La Tinença, El Maestrat) Castelló	Generalista	VAL
12	<a href="http://comarquesnord.cat/">http://comarquesnord.cat/</a>	Comarcal	(Els Ports, Maestrat, Matarranya)	Generalista	VAL

## 1.2 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2009

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua [castellà/ valencià/ estrangera]
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]		
1	<a href="http://www.lacronicavirtual.com">http://www.lacronicavirtual.com</a>	Provincial	Alacant	Generalista	CAST
2	<a href="http://www.villarrealcf.es/">http://www.villarrealcf.es/</a>	Local	Castelló (Villarreal)	Especialitzat Futbol: Villarreal CF	CAST
3	<a href="http://livingruzafa.com/">http://livingruzafa.com/</a>	Local	València (Barri de Russafa)	Generalista	CAST
4	<a href="http://www.infoturria.com/">http://www.infoturria.com/</a>	Comarcal	València (Camp de Túria)	Generalista	CAST/VAL
5	<a href="http://www.morvedre.info/">http://www.morvedre.info/</a>	Comarcal	València (Camp de Morvedre)	Generalista	CAST/VAL
6	<a href="http://www.hortanoticias.com">http://www.hortanoticias.com</a>	Comarcal	València (L'Horta Nord i l'Horta Sud)	Generalista	CAST
7	<a href="http://laredcomarcal.com">http://laredcomarcal.com</a>	Comarcal	Alacant, València i Castelló	Generalista	CAST
8	<a href="http://franjiverdes.com">http://franjiverdes.com</a>	Local	Alacant (Elx)	Especialitzat. Elche Club de Futbol	CAST
9	<a href="http://cronicamarinaalta.com/">http://cronicamarinaalta.com/</a>	Comarcal	Alacant (Marina Alta: Dénia, Xabia, Calp)	Generalista	CAST
10	<a href="http://petreraldia.com/">http://petreraldia.com/</a>	Local	Alacant (Petrer)	Generalista	CAST
11	<a href="http://pagina66.com/">http://pagina66.com/</a>	Comarcal	Alacant (El Comtat -Alcoi)	Generalista	CAST/VAL
12	<a href="http://www.aramultimedia.com">www.aramultimedia.com</a>	Comarcal	València i Alacant (El Comtat, l'Alcoià, Foia de Castalla, Xixona)	Generalista	VAL
13	<a href="http://www.periodicosantapola.es/">http://www.periodicosantapola.es/</a>	Local	Alacant (Santa Pola)	Generalista	CAST
14	<a href="http://www.hoytorrevieja.es/">http://www.hoytorrevieja.es/</a>	Local	Alacant (Torrevieja)	Generalista	CAST
15	<a href="http://www.periodicovinalopo.com/">http://www.periodicovinalopo.com/</a>	Comarcal	Alacant (Alt Vinalopó)	Generalista	CAST
16	<a href="http://comarcalia.info/">http://comarcalia.info/</a>	Comarcal	València La Vall d'Albaida, La Canal de Navarrés i la Costera	Generalista	VAL



### 1.3 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2010

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]		[castellà/ valencià/ estrangera]
1	<a href="http://www.valenciaplaza.com">www.valenciaplaza.com</a>	Provincial	València	Generalista	CAST
2	<a href="http://www.mediterraneodigital.com">http://www.mediterraneodigital.com</a>	Estatat	Espanya	Generalista	CAST
3	<a href="http://www.ara.cat/paisvalencia/">http://www.ara.cat/paisvalencia/</a>	Autonòmic	País Valencià	Generalista	VAL
4	<a href="http://www.diariogandia.com">http://www.diariogandia.com</a>	Local	València (Gandia) València	Generalista	CAST/VAL
5	<a href="http://www.elperiodicodeaqui.com/">http://www.elperiodicodeaqui.com/</a>	Comarcal	(Camp de Morvedre, Camp de Túria, Horta Nord, Horta Sud, València, Alacant, Teulada Castelló)	Generalista	CAST/VAL (++cast)
6	<a href="https://hortainformacio.com">https://hortainformacio.com</a>	Comarcal	València Horta Nord, Sud i Oest València	Generalista	VAL (blavero)
7	<a href="http://www.portalcomarcal.es">http://www.portalcomarcal.es</a>	Comarcal	(La Costera, La Vall d'Albaida, la Canal de Navarrés i la Ribera Alta) València	Generalista	VAL
8	<a href="http://www.diariolocal.net/">http://www.diariolocal.net/</a>	Comarcal	(Horta Nord, Horta Sud, Els Serrans, Horta Oest, Foia de Bunyol, Ribera Alta i Ribera Baixa)	Generalista	CAST
9	<a href="http://www.alicantactualidad.com/">http://www.alicantactualidad.com/</a>	Provincial	Alacant	Generalista Especialitzat	CAST
10	<a href="http://www.actualidadhogueras.es">http://www.actualidadhogueras.es</a>	Local	Alacant	Festa Fogueres d'Alacant	CAST
11	<a href="http://www.deporteregional.com/">http://www.deporteregional.com/</a>	Provincial	Alacant	Especialitzat. Esport	CAST
12	<a href="http://costanachrichten.com/">http://costanachrichten.com/</a>	Local	Alacant (Costa Blanca +Múrcia i Màlaga)	Generalista	EST (Alemany)
13	<a href="http://apuntesdesdebenissa.com/">http://apuntesdesdebenissa.com/</a>	Local	Alacant (Benissa)	Generalista	CAST
14	<a href="http://www.denia.com">http://www.denia.com</a>	Local	Alacant (Dénia)	Generalista	CAST
15	<a href="http://www.noticias964.es/almassora/">http://www.noticias964.es/ almassora/</a>	Local	Castelló (Almassora)	Generalista	CAST

## 1.4 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2011

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]		[castellà/ valencià/ estrangera]
1	<a href="http://www.nonada.es">www.nonada.es</a>	Autonòmic	País Valencià	Especialitzat Cultura	CAST
2	<a href="http://www.que.es/valencia/">http://www.que.es/valencia/</a>	Estatl	Espanya	Generalista	CAST
3	<a href="http://www.mislatanews.com">www.mislatanews.com</a>	Local	València (Mislata)	Generalista	CAST
4	<a href="http://hoyunlick.es">http://hoyunlick.es</a>	Local	València (Bunyel)	Generalista	CAST
5	<a href="http://www.riberaexpress.es/">http://www.riberaexpress.es/</a>	Comarcal	València (Ribera Alta) València	Generalista	VAL
6	<a href="http://www.costa-news.com">http://www.costa-news.com</a>	Local	(Costa Blanca, Costa Levant ++Costa Almeria i Costa del Sol)	Generalista	EST (Anglès)
7	<a href="http://www.canfalimarinaalta.com/">http://www.canfalimarinaalta.com/</a>	Comarcal	Alacant (Marina Alta)	Generalista	CAST
8	<a href="http://www.lamarinaplaza.com/">http://www.lamarinaplaza.com/</a>	Comarcal	Alacant (Marina Alta i Marina Baixa)	Generalista	CAST
9	<a href="http://www.elchediario.com/">http://www.elchediario.com/</a>	Local	Alacant (Elx)	Generalista	CAST
10	<a href="http://calpdigital.com/">http://calpdigital.com/</a>	Local	Alacant (Calp)	Generalista	CAST
11	<a href="http://teuladamorairadigital.es/">http://teuladamorairadigital.es/</a>	Local	Alacant (Teulada-Moraira)	Generalista	CAST/VAL
12	<a href="http://www.holabenidorm.com/">http://www.holabenidorm.com/</a>	Local	Alacant (Benidorm)		CAST
13	<a href="http://www.vegabajadigital.com/">http://www.vegabajadigital.com/</a>	Comarcal	Alacant (Vega Baixa)	Generalista	CAST
14	<a href="http://castellondiarario.com/">http://castellondiarario.com/</a>	Provincial	Castelló	Generalista	CAST
15	<a href="http://www.diaridelmaestrat.com/">http://www.diaridelmaestrat.com/</a>	Comarcal	Castelló (El Maestrat)	Generalista	VAL
16	<a href="http://hoyunlick.es/">http://hoyunlick.es/</a>	Local	València (Bunyel)	Generalista	CAST

## 1.5 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2012

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua [castellà/ valencià/ estrangera]
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]		
1	<a href="http://www.castelloninformacion.com">www.castelloninformacion.com</a>	Provincial	Castelló	Generalista	CAST
2	<a href="http://www.diariserpis.com">www.diariserpis.com</a>	Local	València (Gandia)	Generalista	VAL
3	<a href="http://agroicultura.com">http://agroicultura.com</a>	Local	València (València i pedanies)	Especialitzat Ambiental	VAL
4	<a href="http://www.tresdeu.com">www.tresdeu.com</a>	Autonòmic	País Valencià	Especialitzat. Música	VAL
5	<a href="http://www.paraula.org">www.paraula.org</a>	Local	València	Especialitzat. Església	CAST
6	<a href="http://eltierno.es/">http://eltierno.es/</a>	Comarcal	València (Horta Nord)	Generalista	CAST/VAL
7	<a href="http://www.infonoticiasgandia.com/">http://www.infonoticiasgandia.com/</a>	Local	València (Gandia)	Generalista	CAST
8	<a href="http://diariofranjiverde.com/">http://diariofranjiverde.com/</a>	Local	Alacant (Elx)	Especialitzat Esportiu, Elche Club de Futbol	CAST
9	<a href="http://entorrevieja.com/">http://entorrevieja.com/</a>	Local	Alacant (Torrevieja)	Generalista	CAST
10	<a href="http://www.diariodelavega.com/">http://www.diariodelavega.com/</a>	Comarcal	Alacant (Vega Baixa)	Generalista	CAST
11	<a href="http://www.oriuela.info/">http://www.oriuela.info/</a>	Local	Alacant (Oriola)	Generalista	CAST
12	<a href="http://www.castelloninformacion.com">http://www.castelloninformacion.com</a>	Provincial	Castelló	Generalista	CAST
13	<a href="http://www.el7set.com">www.el7set.com</a>	Comarcal	Castelló (La Plana i El Maestrat)	Generalista	CAST
14	<a href="http://www.sonsdexaloc.cat/">http://www.sonsdexaloc.cat/</a>	Autonòmic	País Valencià	Especialitzat Música	VAL

## 1.6 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2013

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant] València (L'Horta Nord)		[castellà/ valencià/ estrangera]
1	<a href="http://www.elmeridiano.es/">http://www.elmeridiano.es/</a>	Comarcal	València (L'Horta Nord)	Generalista	CAST
2	<a href="https://www.laveupv.com">https://www.laveupv.com</a>	Autonòmic	País Valencià	Generalista	VAL
3	<a href="http://vlnnews.es/">http://vlnnews.es/</a>	Provincial	València	Generalista	CAST
4	<a href="http://www.ciclo21.com">http://www.ciclo21.com</a>	Estatl	Espanya	Especialitzat Ciclisme	CAST
5	<a href="http://www.Verlanga.com">www.Verlanga.com</a>	Local	València	Especialitzat Cultura	CAST
6	<a href="http://revistaindependientes.com">http://revistaindependientes.com</a>	Estatl	Espanya	Especialitzat Addiccions	CAST
7	<a href="http://www.nostresport.com">http://www.nostresport.com</a>	Autonòmic	País Valencià València	Especialitzat Esport	VAL
8	<a href="http://www.nouhorta.eu">www.nouhorta.eu</a>	Comarcal	(Torrent, Horta Nord, Horta Sud, Horta Oest)	Generalista	CAST
9	<a href="http://www.elvedatdigital.com">http://www.elvedatdigital.com</a>	Local	València (Torrent)	Generalista	CAST
10	<a href="http://www.tusnoticiasdelaribera.com/">http://www.tusnoticiasdelaribera.com/</a>	Comarcal	València (La Ribera Alta)	Generalista	CAST
11	<a href="http://periodicontinyent.com/">http://periodicontinyent.com/</a>	Local	València (Ontinyent)	Generalista	CAST
12	<a href="http://informador.net/">http://informador.net/</a>	Comarcal	(La Costera, La Canal de Navarrés, La Vall d'Albaida)	Generalista	VAL
13	<a href="http://alicantepress.com/">http://alicantepress.com/</a>	Local	Alacant (Alacant)	Generalista	CAST
14	<a href="http://www.alicantenews.es">www.alicantenews.es</a>	Provincial	Alacant Alacant	Generalista	CAST
15	<a href="http://lacronicaindependiente.com/">http://lacronicaindependiente.com/</a>	Comarcal	(Vega Baixa i Baix Vinalopó) Alacant	Generalista	CAST
16	<a href="http://www.elnostreperiodic.com/">http://www.elnostreperiodic.com/</a>	Comarcal	(L'Alcoià, Comtat i Foia de Castalla)	Generalista	VAL
17	<a href="http://www.ibinoticias.com/">http://www.ibinoticias.com/</a>	Local	Alacant (Ibi)	Generalista	CAST
18	<a href="http://www.javea.com/">http://www.javea.com/</a>	Local	Alacant (Xàbia)	Generalista	CAST
19	<a href="http://www.eldiario.es/cv/">http://www.eldiario.es/cv/</a>	Autonòmic	País Valencià	Generalista	CAST/VAL
20	<a href="http://www.elperiodicodevalencia.com">http://www.elperiodicodevalencia.com</a>	Local	València (València ciutat)	Generalista	CAST

### 1.7 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2014

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]		[castellà/ valencià/ estrangera]
1	<a href="http://www.diarioche.es/">http://www.diarioche.es/</a>	Local	València (València)	Especialitzat València Club de Futbol	CAST
2	<a href="http://www.elchenews.es">elchenews.es</a>	Local	Alacant (Elx)	Generalista	CAST
3	<a href="http://www.pilotaveu.com/">http://www.pilotaveu.com/</a>	Autonòmic	País Valencià	Especialitzat Pilota Valenciana	VAL

### 1.8 CIBERMITJANS NASCUTS EL 2015

Nº	Nom i URL	Àmbit geogràfic	Àrea d'informació	Àmbit temàtic [generalista/ especialitzat]	Llengua
		[estatal/ autonòmic/ Provincial/ comarcal/ local]	[Espanya/ País Valencià/ Castelló/ València/ Alacant]		[castellà/ valencià/ estrangera]
1	<a href="http://samarucdigital.com/">http://samarucdigital.com/</a>	Autonòmic	País Valencià	Especialitzat Ambiental	CASTVAL
2	<a href="http://www.prensaynoticias.com/">http://www.prensaynoticias.com/</a>	Estatl	Espanya	Generalista	CAST

