

## Televisions de proximitat i (re)construcció d'un imaginari col·lectiu. El cas d'À Punt

Aina Monferrer-Palmer  
Universitat Jaume I

### 1. Introducció

La televisió autonòmica valenciana À Punt s'estrenà el 25 d'abril de 2018 en emissió de proves i el 10 de juny oficialment, després de sis anys sense televisió pública autonòmica arran del tancament de Canal 9 l'any 2013. Impulsada des d'un govern de coalició del Partit Socialista del País Valencià (PSPV) i Compromís —en què la part de cultura estava gestionada per Compromís—, el partit valencianista per antonomàsia, s'encetava el repte de refundar uns mitjans de comunicació públics valencians amb l'objectiu de contribuir a la cohesió identitària del territori a partir de la perspectiva valencianista.

### 2. Metodologia

Aquesta investigació s'emmarca dins de la recerca en Estudis Culturals o Media Studies en l'àmbit de la catalanística, i parteix de les següents dues hipòtesis: *a)* d'una banda, À Punt naix, entre d'altres motius, amb la intenció de reconstruir la identitat valenciana després de vint anys d'una televisió pública autonòmica que havia tingut l'objectiu antagònic de desarticlar la cohesió territorial valenciana o, si més no, de diluir la identitat valenciana en l'espanyola i mostrar-la com a element folklòric (Monferrer i Bellido, 2015); *b)* de l'altra, en aquest camí de refundació identitària, À Punt haurà d'anar amb peus de plom per tal de no trepitjar cap mina que desperte el fantasma del *blaverisme*.<sup>1</sup>

Per tant, haurà de presentar una sèrie de símbols i de referents valencians tot descartant-ne aquells que puguen ser titllats de catalanistes per part de l'extrema dreta anticatalanista amb arrelament valencià que beu de la tradició del GAV (Grup d'Acció Valencianista), UV (Unió Valenciana), Coalició Valenciana, de personatges com Vicent González Lizondo i, a grans trets, d'aquells valencians que, a partir dels anys 60, es van unir contra l'enemic comú: una imatge pancatalanista personificada en Joan Fuster. El suecà seria, per tant, un personatge polèmic i evitable per a la televisió valenciana, així com denominacions com la de País Valencià (que ha arribat a ser desautoritzada a partir de la reforma de l'Estatut de 2005), així com s'evitarà encara més la denominació fusteriana de *Països Catalans*.

---

<sup>1</sup> L'Enciclopèdia Catalana defineix el *blaverisme* com a "Regionalisme valencià de caràcter anticatalanista i espanyolista, sorgit a la fi del franquisme, que nega la unitat lingüística i cultural del País Valencià amb els Països Catalans.

L'objectiu principal d'aquesta anàlisi és identificar les manifestacions simbòliques identitàries en la programació dels dies que envolten el 9 d'octubre, la diada dels valencians, de 2019, en què es commemora l'entrada de les tropes de Jaume I a la ciutat de València l'any 1238.

Com a objectius secundaris, ens hem marcat analitzar-hi els símbols i les referències lingüístiques *a)* en informatius (especials del 9 d'octubre, telenotícies, documentals i reportatges d'actualitat); *b)* en programes satírics (*Comediants*, *Socarrats* i *Assumptes Interns*); *c)* en programes infantils (*La colla*, *Els bíters*) i *d)* en programes etnogràfics sobre territori i gastronomia (*Terra Viva* i *la Gastroneta*).

Caldrà que definim què entenem per **símbols** que construeixen la identitat valenciana. Ens trobem en un camp d'estudi extremadament ampli, del qual tenen coses a dir l'antropologia, la psicologia social, la semiòtica, la ciència política, les arts, etc. En aquest sentit, Edensor (2002) defensa que la identitat nacional està també en aspectes que de vegades es donen per sobreentesos: paisatges, gastronomia, hàbits turístics, clima, cinema o música. Així doncs, en aquesta recerca, s'ha tingut en compte la concepció àmplia de la idea de *símbol identitàri nacional* que tot seguit expliquem.

Barker i Galasinski (2001: 124) defineixen la *identitat nacional* com "a form of imaginative identification with the symbols and discourses of the nation-state". S'hi inclouen tant els símbols oficials com els no oficials; els concrets i els abstractes; els interns a la comunitat i els identificables externament, en el context actual en què la globalització fa que aquests símbols siguin cada volta més difícils de delimitar. Ens referim a dates assenyalades, simbolisme polític, passat miticohistòric, llengua, persones i personatges, música, arquitectura, etc. Qualsevol manifestació cultural pot ser susceptible de convertir-se en un símbol identitàri nacional.

Per tant, existeix polisèmia i molta complexitat en el camp d'estudi dels símbols identitàris nacionals. Segons Šarić i Luccarelli (2017: 16), alguns dels aspectes principals d'aquesta dificultat per definir el camp són: *a)* que l'element simbòlic es transforma, *b)* la divergència entre la percepció oficial i la percepció comuna dels símbols nacionals, *c)* la qüestió de si la representació simbòlica de les identitats implica necessàriament una exclusió binària, *d)* les simbolitzacions que són conscients i planificades, o inconscients o subconscients, *e)* la lectura fidel o arbitrària del passat mític en la recuperació de la memòria.

La manifestació simbòlica de la identitat nacional es complica més en territoris en què la cultura autòctona, amb la seua llengua, no gaudeix d'estat propi. És el cas del valencià, en què trobem un cert grau de *biculturalitat* entre els referents identitàris espanyols i valencians. A més, d'aquesta *biculturalitat*, se'n deriva la conflictivitat de l'associació identitària amb el referent pancatalanista. Al capdavall, es tracta d'un aspecte complex, ja que fins i tot algunes comarques

valencianes no tenen el valencià, sinó el castellà, com a llengua pròpia. És el cas del Baix Segura. Aquesta biculturalitat s'ha anomenat també *dualisme* cultural i es tracta en profunditat en *Identitat(s) a la cruïlla. Valencianitat i reptes territorials* (Martínez i Bernat ed., 2019). La complexitat del cas, que no abastarem en aquestes línies, parteix de la *dualitat* lingüística, la *triplicitat* territorial del sistema de províncies i la *unitat* institucional, sumat a la repressió cultural patida cíclicament des del s. XVIII.

Quant al **corpus** de programes d'À Punt analitzat, el criteris seguits han estat els següents:<sup>2</sup>

- Reflectir la diversitat de formats televisius que componen la graella de programació de la televisió pública autonòmica valenciana. Els programes escollits són: *Socarrats* (humor d'esquetxos), *Assumptes interns* (magazine humorístic d'actualitat en *prime time*), *Comediants* (humor de *stand up comedy*), *la Gastroneta* (*road trip* etnogràfic gastronòmic), *els Bítors* i *La colla* (infantil), *Les notícies del matí* i *À Punt Notícies Migdia* (informatius), *À Punt Directe* (magazín informatiu vespertí), *Actes institucionals del 9 d'octubre* (especial), *la Qüestió* (programa de debat sobre actualitat) i *.docs* i *Zoom* (documentals).
- Recollir quatre episodis de cada programa escollit i que aquests estigueren tan a prop com fora possible de la data del 9 d'octubre. Depenent de la periodicitat dels programes, s'allunyen des de dos dies del 9 d'octubre fins a dues setmanes, depenent de si són diaris, de cap de setmana o de periodicitat setmanal.
- Hem triat els programes propers a la diada del 9 d'octubre perquè consideràvem que a l'entorn d'aquesta data històrica en què els valencians celebren l'entrada de les tropes de Jaume I a la ciutat de València l'any 1238 hi hauria una tendència més forta en els programes a tractar temes o fer comentaris relacionats amb els referents identitaris que aglutinen els valencians.

Visionar tot el corpus i detectar aquells punts concrets dels programes en què es refereixen elements simbòlics de valenciania, siga quin siga el seu àmbit temàtic: història, economia, esport, gastronomia, folklore, personatges cèlebres, etc. Descriure l'element identitari en qüestió i analitzar-lo pragmàticament i comparativa entre programes i etapes de la televisió pública valenciana. Per tant, tot i que en el corpus incloem dos programes infantils, no apareixeran en els resultats de l'anàlisi ja que a penes hi apareix l'element identitari valencià explícit més enllà de l'ús del valencià com a llengua vehicular.

---

<sup>2</sup> En el següent enllaç, s'hi pot consultar exactament el corpus d'estudi: <http://ainamonferrer.com/?p=1780>

### 3. Estat de la qüestió

En els darrers quinze anys, la recerca en mitjans de comunicació ha parat especial atenció al lloc dels mitjans en la creació, manteniment o adaptació d'identitats col·lectives (Van den Bulck 2001: 53). Aquestes identitats que tradicionalment es consideraven estables, actualment són efímeres o líquides. La societat de la informació i la mescla de mitjans de comunicació que consumim ara més que mai a través d'internet, està produint problemes de pertinença, d'identificació, de nacionalisme i de comunitats. En aquest context s'emmarcaria la nostra anàlisi, semblantment a la de Van den Bulck sobre la televisió holandesa. Les identitats col·lectives es troben sota l'amenaça de la globalització i de la fragmentació postmoderna (*ibidem* 2001: 54).

Al llibre *Què (ens) passa?* de Ferran Sáez (2003) s'explica que el revers negatiu del *jo* és l'individualisme adolescent que naix a l'occident ben alimentat dels anys seixanta. Però l'exaltació del *jo* afecta directament l'àmbit del *nosaltres*. [...] Actualment, no tenim problema d'identificar-nos amb un equip de futbol, amb un grup de música o amb una tendència estètica, però generalment ens és complicat identificar-nos amb un partit polític o amb unes sigles propagandístiques. Segons aquest autor, la destrucció de les identitats col·lectives a partir de la cultura occidental beneficia l'anomenat estat-nació, hereu directe de l'Antic Règim. [...] Les formes intermèdies com ara el multiculturalisme només són aplicables a contextos puntuals, ja que no solucionen el problema de la diversitat (Sáez, 2003, 99; 197). Endemés, Sáez (2003: 74-75) afirma que la destrucció del *nosaltres* ha provocat que certes identitats hagen estat sovint menystingudes i a voltes fins i tot criminalitzades. A l'Estat espanyol, aquest discurs propi de l'estat-nació no s'allunya de la retòrica franquista sobre la inqüestionable unitat de la pàtria, tal com s'il·lustra en el film dirigit per Alejandro Amenábar *Mientras dure la guerra* (2019), sobre la vida del filòsof basc Miguel de Unamuno, que acaba amb el cèlebre i significatiu discurs a la Universitat de Salamanca davant de Millán Astray en que es parla de la plurinacionalitat espanyola ja en l'any 1936.

Al remat, en aquest *totum revolutum*, s'erigeix un gran interrogant: quin rol ha de jugar la televisió de proximitat en la creació i el manteniment de les relacions entre membres d'una nació sense estat? Com es fan servir, doncs, els mitjans per part de les autoritats com a instruments de construcció d'una nació més enllà dels grups dispersos d'individus? (van den Bulck, 2001: 54). Però per estudiar com els mitjans de comunicació, en aquest cas les televisions de proximitat, contribueixen a articular la cultura nacional, cal tindre clars quins són els símbols i els referents que s'han fet servir històricament per a la identificació amb la nació en qüestió (Smith *apud* van den Bulck 2001: 54-55): "Nation-states must have a measure of common culture and civic ideology, a set of common understandings and aspirations, sentiments and ideas, that bind the population together in their homeland". Ací ens plantejem aquestes mateixes qüestions però focalitzades en la televisió pública

valenciana actual, À Punt, en comparació amb altres moments i altres territoris.

Cal no oblidar que la televisió és un instrument comunicatiu que funciona a les ordres de les elits culturals que ostenten el poder en cada moment. Per exemple, el conservadurisme espanyolista dels darrers anys de Canal 9 o el progressisme valencianista de l'actual À Punt. En veure's immersos en greus casos de corrupció com la visita del papa Benet XVI, els patrocinis de les retransmissions de la Fórmula 1 o els casos d'assetjament sexual per part d'un directiu de Canal 9 (González i Olid, 2012), a banda de les flagrants acusacions de manipulació informativa i el perill imminent de la pèrdua del govern valencià per part del Partit Popular valencià (PPCV), Alberto Fabra, el president del PPCV aleshores, va decidir que la millor opció era desmantellar la televisió fins al punt de fer-la inutilitzable abans que el vaixell popular s'afonés.<sup>3</sup> Aquesta decisió denota una clara consciència de la importància de la televisió de proximitat per difondre ideologies i valors a la població (Van den Bulck, 2001: 59).

Per un altre costat, existeix un esforç televisiu “to show everything that our people can create in terms of art and culture, of entertainment and folklore; everything our Flemish country possess in terms of beauty and cultural beauty”. [...] En aquest sentit, hi ha l'intent de posicionar “Flemish artists next to international ones” (*ibidem*: 62). Això ho trobem en programes com *L'estudi*, en què competeixen músics valencians en valencià i en castellà i també en els convidats d'*Assumptes interns*, que poden ser d'àmbit valencià (els membres del grup musical Zoo), d'àmbit espanyol (Íñigo Errejón, Alfred Garcia, Gemeliers)<sup>4</sup> o bé la tria de llibres en *Una habitació pròpia*<sup>5</sup> —de format semblant al *Don't forget to read* de la televisió flamenca (*ibidem*: 65) —, i a *Página Dos*, de TVE<sup>6</sup> o *Tot el temps del món*, de TVC,<sup>7</sup> tot contagiant-se del prestigi que els darrers arrosseguen pel simple fet de vindre de fora.

El tractament informatiu de les inundacions de setembre de 2019 ha marcat un abans i un després en la cadena pública valenciana quant a usos lingüístics. A finals de 2019, la direcció d'À Punt Mèdia s'està plantejant la possibilitat d'emetre part de la graella televisiva pròpia en castellà, després de la polèmica diglòssica suscitada arran del tractament informatiu de les inundacions al Baix Segura de setembre de

---

<sup>3</sup> El 29 de novembre de 2013 tanquen les emissions de Canal 9. El Partit Popular de la Comunitat Valenciana perd el govern autonòmic en les eleccions de maig de 2015, després de 20 anys governant-hi.

<sup>4</sup> Polític fundador de Podemos, finalista del *talent show Operación Triunfo* (2017) i duo d'artistes juvenils respectivament.

<sup>5</sup> <<https://apuntmedia.es/va/a-la-carta/programes/escollat-en-la-radio/una-habitacio-propia>> [Consulta: 18-7-2020].

<sup>6</sup> <<http://www.rtve.es/television/pagina-dos/>> [Consulta: 18-7-2020].

<sup>7</sup> <<https://www.ccma.cat/tv3/tot-el-temps-del-mon/>> [Consulta: 18-7-2020].

2019.<sup>8</sup> També, pressionats pels escassos índexs d'audiència que s'aconsegueixen. Les quotes d'audiència dels mitjans públics autonòmics bascos en espanyol és semblant a la situació dels mitjans públics catalans TV3 i Catalunya Ràdio (en aquest cas, s'hi inclouria també la ràdio privada en català RAC1), que tenen un *share* a l'alçada dels mitjans estatals.<sup>9</sup> En canvi, Gifreu afirma que ha estat impossible la creació d'una ràdio autòctona forta en valencià, tot situant el cas de la ràdio en valencià en la pitjor posició fins i tot darrere de la situació de la ràdio balear en català (Gifreu, 2014: 110).

En general, les audiències de la CVMC estan sent molt escasses. À Punt i À Punt Ràdio no han aconseguit encara, en dos anys d'emissió, uns índexs d'audiència significatius. Hi ha constància que aquest problema s'està mirant de tractar en l'ens públic valencià i se li poden atribuir diverses causes: a) l'arrossegament de les conseqüències del tancament de Canal 9 (2012-2018), en què s'ha perdut gran quantitat del públic fidelitzat que tenia l'antiga televisió valenciana; persones grans que han perdut el costum de sintonitzar la televisió pública valenciana; sumat a la dubtosa qualitat dels continguts de la darrera època de Canal 9, que feu perdre a la cadena un gruix d'audiències interessades per continguts intel·lectuals així com juvenils i que, en tornar la cadena, ja tenien una extensíssima oferta cultural d'*streaming*; b) Potser alguns espectadors d'edat avançada i de biaix ideològic conservador han estat contraris a tornar a consumir la televisió valenciana perquè l'han considerada sospitosa d'un biaix ideològic que no comparteixen, presumptament esquerrà i pancatalanista.

Caldrà saber com hem arribat a l'actualitat. Rafael Xambó, en *Comunicació, política i societat. El cas valencià* (2001) du a terme un resum exhaustiu de l'evolució del panorama televisiu dels valencians des de la introducció de la televisió a l'Estat espanyol. Amb algunes dades noves dels darrers anys, quedaria com en el quadre següent:

---

<sup>8</sup><https://valenciaplaza.com/a-punt-estudia-aumentar-los-contenidos-en-castellano-para-captar-mas-audiencia> [Consulta: 20-10-2019] En relació amb el discurs d'À Punt sobre les inundacions, en l'entrada "El curs baix del Túria" de l'*Enciclopèdia Catalana*, s'afirma que l'any 1088, en període de la valència musulmana, el riu Túria o, com es coneixia aleshores, el Guadalaviar, es va desbordar i va causar destrosses al nucli municipal de València. També hi ha episodis històrics valencians recents relacionats amb les inundacions, com és el cas del pantà de Tous (20 d'octubre de 1982) o del desbordament del Túria del 14 d'octubre de 1957. Per tant, podríem considerar les inundacions també com un tret identitari valencià, si més no, intern, tal com apunta la dita *al meu país no sap ploure*.

<sup>9</sup> <https://produccionaudiovisual.com/produccion-tv/cadenas-de-television-autonomicas-mas-vistas/> Dades extretes de l'informe d'audiències de la consultora GECA de desembre de 2019.

Revisió ràpida de la història de la televisió en el context valencià	
1956	Comença a emetre TVE1.
1969	S'introdueix la televisió en color.
1965-1966	Apareix La 2.
1962	Amb Fraga com a Ministre de Propaganda, s'introdueix la publicitat a la televisió espanyola de manera paulatina. Molt lentament van introduint-s'hi els espots. L'any 2010 s'eliminarà la publicitat de la televisió pública espanyola.
	Transició espanyola
1989	Apareix la TV autonòmica valenciana Canal 9. Xambó afirma que fou una maniobra política el fet que Canal 9 emetera en la mateixa freqüència que TV3. També afirma que el primer estiu d'emissions, Canal 9 emetia en castellà, per als turistes de fora de la Comunitat. El 1992 i el 1993, Canal 9 es va situar al quart lloc d'audiència. Entre els anys 1996 i 1998, la cadena va travessar una etapa de gestions obscures, segons Xambó, amb quatre directors diferents i una gestió econòmica qüestionable.
1983 <sup>10</sup> -2007	Emissions de TV3 al territori valencià gràcies als repetidors d'Acció Cultural del País Valencià (ACPV).
1990	Comencen a emetre Tele 5 i Antena 3. Comença a emetre Canal +, televisió de pagament que s'extingirà l'any 2016.
2005	el canvi a la TDT, grups Prisa, Sogecable, Vocento (Gifreu, caps 2 i 3). Amb la tecnologia TDT, es crea la televisió autonòmica de les Balears, IB3.
2015	Generalització a les llars de les televisions intel·ligents (tecnologia de 2011). Pèrdua d'hegemonia de la televisió convencional com a principal mitjà de comunicació, especialment en les generacions més joves.
2015	Posada en funcionament de Netflix a l'Estat espanyol.
2016 i més	HBO, Amazon Prime, Movistar +, etc.

Figura 1. Actualització de l'evolució de la televisió en el context valencià que proposa Xambó (2001).

Coincidim amb Gifreu (2014: 115) que el pes relatiu de la televisió en l'espai mediàtic actual és molt més menut que als anys 90. Internet ha suposat una revolució, o reestructuració radical, de *l'ecosistema dels mèdia*, que ha passat a anomenar-se *ecosistema de les plataformes de la comunicació* (Gifreu, 2014: 146). À Punt va nàixer l'any 2018 amb una clara direcció cap a la totalitat dels continguts en valencià. Tanmateix, com ja hem apuntat, darrerament i arran de l'episodi de les inundacions al Baix Segura i dels baixos índexs d'audiència, la directora de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC), Empar Marco, ha fet declaracions en sentit contrari: "Habrà que tomar decisiones que a lo mejor no nos gusten y habrá que ser

<sup>10</sup> La implantació dels repetidors de TV3 a les diverses comarques valencianes va ser un fenomen progressiu, tal com s'explica a la infografia del setmanari El Temps del 22 de febrer de 2011, p. 24-29.

valientes para tener una relación más cercana, aunque este medio no haya sido pensado ni creado para hablar en castellano”.<sup>11</sup>

Tornant a Sáez (2003: 55) coincidim amb ell que existeix una crisi del subjecte postmodern ultraindividualitzat que no encaixa bé amb la creació d'identitats col·lectives. Sáez col·loca en una mateixa línia problemàtica l'atribució de l'obesitat a una responsabilitat col·lectiva indeterminada per a elidir-hi la culpa del subjecte amb la destrucció de certes identitats de caràcter històric com és la catalana. Ho anomena la *inflamació* del subjecte individual i la *laminació* del subjecte col·lectiu i ho considera un dels principals problemes de la postmodernitat. Així mateix, s'hi detecta una contradicció en la societat actual, que està perdent la identitat i el fet de no voler mirar cap al passat, que seria una possible solució per recuperar la identitat (Baydal, 2016). Sáez també ens parla dels canvis en el concepte de subjecte que ha experimentat l'individu amb internet i ho il·lustra amb l'exemple dels perfils a les xarxes socials, amb àlies o pseudònims que ens desdoblen la identitat dependent de com ens volem veure reflectits davant d'un públic concret.

El *blaverisme* és la construcció de la identitat valenciana a partir de la negació de la catalana; una espanyolitat encoberta. Sembla que el blau de la bandera valenciana significa un privilegi reial atorgat al Regne de València per Jaume I segons Vicent Baydal, (2016), tot i que aquesta afirmació ha suscitat polèmica.<sup>12</sup> En un territori es tendeix a imposar la cultura que tenen els poderosos, les classes dominants i adinerades. Això, lligat al distanciament entre intel·lectuals i poble, dona un clar avantatge al blaverisme de cara a convèncer les masses populars valencianes; més encara si tenim en compte que les produccions audiovisuals televisives i cinematogràfiques són controlades per les elits socials (Monferrer, 2015b). Dit d'una altra manera, es tracta de l'etern dilema de les televisions públiques entre l'elitisme intel·lectual i el populisme de la programació escombraria que capta més audiència. Per tant, À Punt ha d'anar desfent la madeixa identitària fins arribar a aquests nucs històrics i anar intentant desfer-los mitjançant la programació de continguts subtilment didàctics quant a la identitat. El canal haurà d'enfrontar-se, doncs, diàriament a aquest conflicte ideològic mitjançant la ferramenta del llenguatge audiovisual.

Miquel Àngel Pradilla, a *La llengua catalana al tombant del mil·lenni*, afirma que la polèmica del secessionisme lingüístic” és un conflicte polític social disfressat de fals debat filològic” (1999: 165), que utilitza com a coartada el conflicte lingüístic. El *blaverisme*, com hem dit, naix de la burgesia valenciana, que ha begut de la *mamella grotesca i tòxica*

---

<sup>11</sup> Durant la retransmissió de les inundacions de setembre de 2019, es van produir episodis polèmics de diglòssia. El més destacat fou el protagonitzat per l'alcalde d'Oriola, del qual l'APM (popular programa satíric de TV3) se'n va fer ressò (<https://www.youtube.com/watch?v=3-rfK3gQDEc>).

<sup>12</sup> Tal com es mostra en el següent article, hi ha historiadors heraldistes que neguen la tradició històrica del blau en la senyera valenciana <<https://www.diarilaveu.com/veu/72760/drets-i-coaccions>> [Consulta: 18-7-2020]



—com diria Joan Fuster— del franquisme i en castellà. En À Punt, al 2018, es van emetre diversos programes amb to d'inclusió de refugiats i sobre la multiculturalitat i la integració al territori valencià, ja que és, de fet, una de les funcions de la CVMC, segons estableixen al seu llibre d'estil: cal donar veu als agents socials que no la tenen (2017: 33, r). Estic parlant de programes com ara *Famílies* i de documentals (*Filoxènia. El rapte d'Europa*, 2017, del cineasta valencià Vicent Monsonís o *.docs, Els nostres refugiats*). Aquest darrer punt fomenta la creació d'una identitat valenciana solidària i multicultural.

#### 4. Anàlisi dels resultats. Símbols de la identitat valenciana i com apareixen en À Punt

Sense ànims d'exhaustivitat —però sí de visió de conjunt—, hem elaborat un quadre de síntesi dels elements identitaris valencians que hem trobat presents en l'anàlisi del corpus audiovisual triat (programes d'À Punt dels dies propers al 9 d'octubre de 2019). À Punt ofereix un elenc simbòlic valencià d'allò més ampli i divergent. Així s'autojustifica el sentit inclusiu de les diverses maneres de ser valencià i defuig l'autoidentificació amb l'element pancatalanista. En aquest sentit, també s'albira una estratègia d'autocensura de certs símbols de valencianitat que podrien despertar les crítiques visceral dels *blavers*.

Esports	Economia	Història	Territoris	Gastronomia
- Pilota valenciana - Futbol (Llevant UD) - Futbol (València FC) - Futbol (Villarreal FC) - Futbol (CD Castelló) - Futbol (Hércules) - Colomicultura ...	- Maria d'Or - Corrupció del PPCV - Infrafinançament - Aranzels a l'exportació de taronja - Turisme de costa - Mercadona > Hacendado, germans Roig (empresaris) - Fartons Polo ...	- Jaume I - Ordre de Montesa - Personatges del s. XX (memòria històrica) - Lo Rat Penat - La Senyera - La llengua ...	- Montgó - Aitana - Fredes (nevades) - L'Albufera - La terreta - Comunitat Valenciana - Llocs rurals - Llocs urbans ...	- Orxata - Paella - Denominacions d'Origen - Gamba de Dènia - Coent de Borriana - Carxofa de Benicarló - Arròs de Pego-Oliva - Granissat de llima - Taronja i suc de taronja - Arròs al forn - Bunyols - L'esmorzar (com a ritual gastronòmic típic valencià) <sup>13</sup> ...
<b>Corrupció</b>	<b>REFERENTS IDENTITARIS VALENCIANS EN À PUNT (dels programes al voltant del 9 d'octubre de 2019)</b>			
- Antiga televisió valenciana (Canal 9) - Aeroport - Polítics corruptes - Gürtel - Valencians = lladres	<b>Música</b>	<b>Literatura i arts</b>	<b>Festes</b>	
	- Ximo Bayo - Camilo Sesto - Concha Piquer - Zoo - Nino Bravo	- Vicent Andrés - Estellés - Vicent Blasco Ibáñez	- Falles - Moros i cristians - Muixeranga - Misteri d'Elx i Dama	<b>Absència d'elements (autocensura)</b>

13

<[https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2018/07/26/articulo/1532600646\\_583522.html](https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2018/07/26/articulo/1532600646_583522.html)> [Consulta: 18-7-2020]

- Ciutat de les Arts i de les Ciències - Carlos Fabra i la loteria (polític castellanenc condemnat per corrupció) ...	- “Paquito el chocolatero” - Dolçaina i tabalet (instruments tradicionals valencians) ...	- Impremta Gráficas Soler - Estàtua de Ripollés - El Show de Monleon - Sala Gòtica de la Generalitat - Mercats modernistes ...	- Actes del 9 d’octubre, - Sant Donís - Tots Sants	- Països Catalans - Província (si comarca) - País Valencià - Tauromàquia - Denominació de <i>català</i> per a la llengua o altres referents pancatalanistes (excepció: <i>Merli</i> , sèrie de TV3 emesa en À Punt en català oriental) Joan Fuster, Ovidi Montllor...
---	---	---	--	--

Figura 2. Quadre de síntesi dels elements identitaris identificats amb l’anàlisi del corpus, per àmbits temàtics (de més intel·lectuals a més folklòrics) i tant identificables per als valencians com des de fora.

Com a punt polèmic de la identitat valenciana, considerem interessant analitzar l’especial sobre els disturbis després de la sentència del Procés sobiranista català al programa *La Qüestió del divendres 18 d’octubre*. El fet de parlar de qüestions identitàries de Catalunya interpel·la d’À Punt a posicionar-se discursivament, o bé en termes d’inclusió o bé d’oposició identitària i d’interessos nacionalistes.

Cap al final del programa, l’historiador i divulgador Josep David Garrido afirma que “este odi anticatalà és també antivalencià”, tot apel·lant al conflicte del *blaverisme*. S’hi enllaça el tema del procés amb els drets lingüístics dels catalanoparlants, tot considerant violència també el fet de no poder expressar-se en llengua pròpia. La periodista Pilar Tamayo aporta la seua visió espanyolista com a contrapunt.

Hi destaca la presència d’experts en dret, de divulgadors i de periodistes al plató, fet que reforça la idea d’una objectivitat i d’un domini tècnic de la situació.<sup>14</sup> Són també molt nombroses les entrevistes a actors del conflicte que es duen a terme des de Barcelona, fet que dona la sensació d’estar a prop dels fets i d’una actualitat remarcable. Hi són més abundants els punts de vista a favor del Procés sobiranista català o almenys respectuosos amb aquesta reivindicació, tant entre els participants a plató com entre els entrevistats. Només una periodista de plató, Pilar Tamayo, i un dels entrevistats a Barcelona, el president de Societat Civil Catalana, Fernando Sánchez, manifestaven una perspectiva obertament espanyolista i en contra del Procés. La resta, o bé eren experts que es posicionaven amb un discurs tècnic, abstracte i des de la comparació amb casos internacionals, o bé eren activistes del moviment sobiranista català.

<sup>14</sup> Hi ha unes conjuntures sociohistòriques molt determinades en què es desfermen els dispositius de la difusió massiva i mediàtica dels coneixements especialitzats. En particular, aquest és el cas de les catàstrofes que generen alarma social i que reclamen un tractament mediàtic excepcional (Beacco, 1992). La centralitat de la figura mediàtica de l’expert s’ha pogut observar de manera clara durant la crisi sanitària provocada per la Covid-19.

Els reporters a peu de carrer i les imatges de furgons policials, barricades, carrers de Barcelona incendiats i caos, infonien una sensació de desordre i de disturbis, gairebé de guerra de guerrilles que recorda la perspectiva del jugador de videojocs bèl·lics, tot fregant el sensacionalisme, excepte en la visió panòptica que oferia la ubicació d'Adelaida Ferre. És curiosa la primera connexió amb Xavier Garcia del Valle en un carrer cèntric de Barcelona en què passa un home venent cervesa per darrere, una bicicleta de Deliveroo i una jove que s'adreça a càmera i diu "mamá, estoy bien", tots fets de normalitat urbana que contrasten amb la construcció narrativa del caos mostrada per molts mitjans estatals.

D'altra banda, *Assumptes interns* és un programa que construeix la identitat a través de la hibridació de referents i en to humorístic. Els programes del 8 i del 10 d'octubre estigueren centrats en el 9 d'octubre, la diada dels valencians. Al programa del 8 d'octubre, es fa una paròdia sobre Jaume I, tot simulant el gènere televisiu dels programes de la premsa groga del tipus *Sálvame*,<sup>15</sup> tot explicant rumors sobre la vida privada ficcionalitzada de Jaume I.

Les denominacions toponímiques del territori que hi trobem en els capítols analitzats d'aquest programa per part dels presentadors són "Comunitat Valenciana", "la terreta" i "els pobles valencians". Destaquem que tots els programes comencen amb la salutació de Pere Aznar dient "Bona nit, perles dolces de totes les comarques valencianes" o l'expressió "el cas és que ací, a la terreta", de Maria Juan. El fet de referir-se a les comarques ja denota un sentit territorial propi, més enllà de la denominació provincial imposada durant el s. XIX des de Madrid. També hi al·ludeixen a les minories topogràfiques, com en el cas de la salutació del 24 de setembre quan Pere Aznar diu "estem en directe, amics i amigues de Quatretondeta i de la resta de pobles valencians". És significatiu en termes identitaris el fet que el llibre d'estil de la CVMC recomana l'ús de la denominació comarcal i la reducció al màxim de la terminologia provincial (2017: 65).

Els referents identitaris destacables en aquest programa són, per exemple, els del concurs del dia 30 de setembre en què es fa triar l'audiència quina és la paraula valenciana més bonica entre *peladilla*, *perla* i *templat*, quina és la millor veu valenciana entre Camilo Sesto, Concha Piquer i Nino Bravo, tots tres cantants valencians en espanyol; quin és el millor esport valencià entre la colombicultura, la pilota valenciana o la vela llatina; i fins i tot, quina és la millor beguda valenciana no alcohòlica entre el granissat de llima, l'orxata i el suc de taronja. Així es construeixen uns referents de valencianitat inofensius, costumistes, que no activen el *frame* de l'anticatalanisme en termes de George Lakoff (2008) i molt propers a l'espectador valencià. Al capdavall, *Assumptes interns* és un programa amb elevat contingut de sàtira política. À Punt no compta amb un programa específicament

---

<sup>15</sup> Programa del cor del canal espanyol Telecinco que du més de deu anys en antena.

dedicat a aquesta funció com sí que el trobem a TV3 amb *Polònia* i amb el *night show Està passant*, presentat per Toni Soler; però el programa dirigit per Pere Aznar i per Maria Juan és el que més s'apropa a aquesta funció de sàtira política.

En *Assumptes interns*, es refereix l'economia valenciana principalment com a reivindicació en contra de l'infrafinançament, tot i que també hi apareixen empreses importants del territori. Especialment icònica i recurrent és la presència de Mercadona, una de les empreses valencianes més potents i conegudes. Fins i tot es fa referència a la seua marca blanca, Hacendado: "famosos de la marca Hacendado, dels que actuen a Benidorm un dissabte a la nit". Podríem afirmar que Mercadona és al territori valencià el que Zara és per a la identitat espanyola, en el sentit que és una empresa molt potent, que no s'anuncia als mitjans de comunicació però que és un referent, tant intern com extern, inevitable del territori i dels empresaris autòctons. Els germans Roig, propietaris d'equips de futbol i de bàsquet, de taulelles i de la marca de supermercats esmentada, són els magnats valencians més identificables de la identitat valenciana, com podria ser-ho els Hilton als EUA o bé la família Botín en el context espanyol.

Vàrem identificar la mescla de referents identitaris valencians com a estratègia humorística en un estudi sobre els usos de Twitter entre els líders d'opinió valencians (Monferrer i Bellido, 2019). Concretament, és recurrent la subversió fraseològica del lema blaver *no mos fareu catalans*. En el passat estudi, vàrem veure l'opció *no mos fareu calamars* i en *Assumptes interns*, apareix un "no mos fareu supinadors" com a crítica humorística a la febre pel *running* (programa del 10 d'octubre). Quant a la subversió del lema pancatalanista, és pertinent l'acudit en què es relaciona Quim Torra amb la proclama "no som catalans, som valencians del nord". En el programa del 10 d'octubre es riuen de la poca cohesió del poble valencià amb la següent expressió: "Només tres manifestacions, què vos passa, valencians? No vos reconec, n'haurien de ser quaranta-sis".

Un altre referent autoparòdic que s'utilitza en aquest programa humorístic de *prime time* és el del clixé dels valencians com a lladres en relació amb la corrupció política que ha tingut tanta presència valenciana durant les darreres dècades, especialment cèlebre després del cas Gürtel. Ho veiem, entre d'altres, en l'expressió de la presentadora Maria Juan "a la butxaca i sense dir res, més valencià que això, no res". Un altre clixé humorístic d'aquest programa i que vàrem trobar també en la investigació a Twitter (2019) és el de la paella. Maria Juan afirma "com en una paella madrilenya pot entrar qualsevol cosa". Semblantment, es destaca el referent immobiliari relacionat amb l'urbanisme desafortat a la costa i el turisme de sol i platja de baixa qualitat: "Més Madrid a València, o siga, Més Gandia" (Pere Aznar); i amb el referent valencià polisèmic del *socarrat*, en el qual ens deturarem més avant: "a Errejón li encanta la nostra terreta, de fet va eixir de Podem *supersocarrat*" (Pere Aznar).

### Els documentals: *Zoom* i *.docs*

Els documentals oferts en els espais *Zoom* i *.docs* contenen històries que, per un motiu o altre, no tenen cabuda en els currículums d'història de l'ensenyament secundari valencià. Per tant, aquests documentals contribueixen a la missió d'À Punt de cohesió del territori i recuperació dels símbols i dels referents valencians que han estat posats en qüestió els darrers 300 anys (CVMC, 2017: 33). Això és, es tracta d'una compensació històrica del que no s'ensenyava al currículum educatiu obligatori sobre la història dels valencians des de dos eixos: a) la història mítica medieval valenciana, i b) la història valenciana del s. XX (guerra, repressió i exili); tots dos, aspectes clau de la memòria històrica dels valencians.

Pel que fa al primer documental analitzat, *Ser de la frontera Sud*, és d'un contingut sociolingüístic força remarcable per les entrevistes a persones valencianes del carrer que són preguntades sobre què els fa identificar-se com a valencianes. Les respostes són tan diverses que ens donen una idea de com de polièdrica és la imatge identitària valenciana amb tots els tabús que alberga. Per a alguns és a) el menjar (la gastronomia, símbol pel qual aposta obertament À Punt com a senya de consens. Parlen de la paella, la taronja...); b) les falles o altres referents festius; i c) només en alguns casos es lliga la valencianitat a la llengua.

I és que hom sap que el nombre de parlants d'una llengua al territori no és directament proporcional al sentiment nacionalista que hi existeix. Això es veu ben clarament al Regne Unit i a Irlanda, on llengües com el gal·lès, l'irlandès i l'escocès a penes s'hi parlen en entorns de comunicació quotidiana i, tanmateix, gal·lesos, escocesos i irlandesos tenen un sentiment nacionalista remarcable. Seria també el cas del basc (Arana, Azpillaga i Narbaiza 2007: 152). En canvi, el cas del valencià podria considerar-se gairebé antagònic en el sentit que és una llengua que fan servir més de la meitat dels habitants del territori<sup>16</sup> i tanmateix el sentiment nacionalista hi és molt escàs i poc homogeni.

Als **programes informatius**, hem observat la presència de l'element de recuperació de la memòria històrica dels represaliats en la Guerra Civil Espanyola. Personatges anònims com d'aquell de què es parla en l'informatiu del migdia del 9 d'octubre de 2019: el soterrador de Paterna Leoncio Badía, que es va dedicar a rescatar indicis dels cossos dels afusellats per entregar als seus familiars i que pogueren saber on estaven soterrats. Un altre aspecte destacable que també hem trobat clau en el programa *La Qüestió* és el tractament de temes que tenen una actualitat i importància estatal o internacional des de la posició valenciana, tot aconseguint el que hem anomenat com a *glocalització*, és a dir, el sentiment de connexió i de pertinença de la cultura

---

<sup>16</sup> Un 30% aproximadament el fa servir de manera activa i vora un 85% de manera passiva, segons dades de Plataforma per la llengua 2019: 6.

minoritzada a la realitat i l'actualitat dels problemes, preocupacions, avenços i tendències mundials.

### **Retransmissió de l'acte institucional del 9 d'octubre**

El mateix Vicent Baydal, com a divulgador de la història dels valencians i personatge mediàtic d'À Punt, s'ha convertit en una icona del valencianisme actual des de la intel·lectualitat universitària i la tasca divulgativa. Baydal és el cronista oficial de la ciutat de València. Ha comentat l'acte de la diada valenciana els dos únics anys d'existència d'À Punt, 2018 i 2019, tot aportant-hi la nota divulgativa històrica. Aquests personatges experts que ofereixen argumentari per al nacionalisme o la identitat valenciana des d'una nova perspectiva de revisió històrica, situats en l'actualitat i en l'altar de la postmodernitat que representen les xarxes socials, són *influencers* indispensables per a l'actualització de les identitats valencianes (Monferrer i Bellido, 2019).<sup>17</sup>

En la retransmissió dels actes del 9 d'octubre, s'ha utilitzat la denominació institucional de *Comunitat Valenciana*. En cap cas es parla de País Valencià ni de *la terreta*, que seria una denominació massa informal per a un acte tan protocol·lari. Només es fa servir *Regne de València* des de la seua dimensió històrica.

Ha existit una polèmica arran d'aquest acte televisat perquè, segons alguns mitjans de premsa conservadors, es va interrompre la retransmissió de l'acte per evitar que sonara l'himne d'Espanya. Empar Marco, presidenta de la CVMA, ha desmentit aquestes acusacions. Per tant, aquesta polèmica reforça la nostra hipòtesi que el fantasma del *blaverisme* sempre sobrevola els mitjans públics valencians buscant qualsevol potencial indicatiu de tractament catalansita o antiespanyolista dels esdeveniments i que això exigeix un esforç impenitent d'autocensura per part d'À Punt.<sup>18</sup>

Els actes del 9 d'octubre serveixen com a pretext per fer divulgació de la història dels valencians. Baydal va explicant tots els motius i símbols històrics que s'hi mostren a mesura que avança la cerimònia. La denominació més comuna d'aquesta celebració als informatius analitzats de la cadena és la de "dia dels valencians". No s'escolta la

---

<sup>17</sup> En aquest sentit, també es pot destacar el moviment espontani que s'ha articulat en plataforma *Valentúbers*. Aquesta plataforma recull en un sol web els canals de tots els i les *youtubers* que fan servir el valencià com a llengua vehicular dels seus discursos, tot contribuint a l'articulació de l'espai mediàtic valencià a la xarxa i donant-li una forma unitària per evitar que es dilueixen els seus perfils dins del maremàgnum de productes audiovisuals casolans a YouTube.

<sup>18</sup> Polèmica sobre l'himne espanyol presumptament censurat en la retransmissió dels actes institucionals del 9 d'octubre en À Punt: <<https://www.larazon.es/local/comunidad-valenciana/a-punt-corta-la-retransmision-del-himno-de-espana-durante-un-acto-oficial-PG25235794>> [Consulta: 18-7-2020]; i el desmentit d'Empar Marco: <<https://www.lasprovincias.es/politica/apunt-justifica-cortar-himno-espanya-20191011163009-nt.html>> [Consulta: 18-7-2020].

denominació *diada*, que podria tindre ressonàncies de la data gran de Catalunya, l'11 de setembre i que té paral·lelismes evidents de derrota històrica amb el 9 d'octubre.<sup>19</sup>

### Programes d'humor

El títol del programa *Socarrats* remet a una paraula valenciana que té diverses dimensions identitàries: *a)* “porció inferior de l'arròs de la paella o del perol, una miqueta cremat però mengívol” (*Diccionari Normatiu Valencià*); *b)* popularment en valencià quan es diu que algú està *socarrat* vol dir que està molt “enfadat, enutjat” (DNV); i *c)* “En els pobles dels voltants, natural o habitant de Xàtiva, Cocentaina, Vila-real i Culla” (DNV) per motiu de la repressió borbònica després de la Guerra de Successió (Mascarell, 2019). Aquest últim significat, seria susceptible de censura per por de l'activació del referent pancatalanista.

*Socarrats* explota la idiosincràsia de l'humor valencià i no defuig els clixés discriminatoris. El referent popular valencià és sexista i racista, tal com ocorre en la immensa majoria de cultures, almenys occidentals. Es palès que, en una dècada, els referents humorístics basats en els estereotips sexistes han passat de ser desapercebuts a ser evidentment poc pertinents, de manera que aquest programa no encaixa amb la premissa de la CVMC de promoure la igualtat de gènere (2017: 31). Ens referim a comentaris com ara el del personatge de Núria Garcia quan diu que necessita “un home fort i viril”; o bé quan el personatge Carles Alberola (una clara referència al dramaturg valencià amb el mateix nom) fa paròdia de la reivindicació antihomòfoba en rient-se per no poder jugar al billar pel fet de ser un joc en què la bola negra és la dolenta i la blanca, la que fa guanyar. A més, en *Socarrats* trobem el joc del canvi de codi per fer riure relacionat amb l'estatus social dels personatges a la manera folkloritzant del sàinet valencià i l'ús d'un valencià molt col·loquial ple d'escatologismes idiomàtics.

Pel que fa al programa *Comediants*, es tracta de l'arribada a À Punt del format *stand up comedy*, amb dècades de tradició a les televisions espanyoles i evident imitació dels formats humorístics nord-americans. Tot i que la majoria de monologuistes fan servir el valencià amb un nivell de correcció molt baix, hi ha també alguns monologuistes castellanoparlants. A partir dels capítols del programa analitzats, podem distingir dos perfils de monologuistes segons com es posicionen en relació amb el referent valencià: *a)* el del o la monologuista valencianoparlant que es riu dels clixés valencians (anar a veure una mascletà, les mares valencianes sobreprotectores, els plats típics, el futbol, les festes, l'infrafinançament i la corrupció (Paco Vila), la fraseologia popular (Maria Juan)...); i *b)* el perfil del foraster que fa paròdia des de fora dels clixés valencians, com és el cas d'Agustín Jiménez (madrileny) i de David Navarro (jaenès).

---

<sup>19</sup> Amb aquesta efemèride, ambdós territoris recorden la seua respectiva derrota en la Guerra de Successió i la consegüent pèrdua de l'autogovern foral.

### ***Terra viva i la Gastroneta***

Identitat i territori són dos variables indestruïbles en la construcció del subjecte i del col·lectiu (Edensor 2002). La capital d'un territori n'és el referent urbà per antonomàsia. Un dels formats televisius que es repeteix en la graella d'À Punt fins ara és el programa que viatja per la geografia valenciana. Estem pensant en programes com ara *Bambant per casa*, *Terra viva*, *Cuineres i cuiners*, *Trau la llengua* o l'antic programa de Canal 9 *Medi ambient*, entre d'altres. Aquests programes de tipus *road trip* es repeteixen de manera molt semblant en les graelles de les televisions de proximitat (*Cosins germans*, *Caçadors de paraules*, així com els podem trobar a TVE amb programes del tipus *Un país en la mochila* o *Un país para comérselo*. En l'àmbit valencià, podríem trobar-ne antecedents en obres com *La Renaixença valenciana i el redescobriment del país*, de Rafael Roca, *El País Valenciano* de Joan Fuster, *Viatge pel meu país* de Joan Garí o potser el més emblemàtic, el *Mural del País Valencià* de Vicent Andrés Estellés.

En aquests formats, s'hi toquen tòpics identitaris com el de l'esmorzar valencià. En tractar temes populars, ens trobem amb la paradoxa que ja vam analitzar en relació amb *Gormandia* i amb programes de la televisió asturiana (Monferrer i Bellido, 2015): difondre els costums festius tradicionals i folklòrics implica, en la immensa majoria de casos, difondre valors masculistes. En els dos programes, es projecten un *nosaltres* i un *ací* situats en els punts de la ruralitat o de la perifèria valenciana (oposats als nuclis urbans), tot reivindicant-ne la seua existència i importància.

El presentador de *la Gastroneta* és Lluís Penyadort, un reconegut xef valencià en la línia de Ricard Camarena, presentador del programa d'À Punt *Cuineres i cuiners*. Amb aquest tipus de programes, es mostren els especialistes valencians capdavanters en gastronomia, tot conduint a la divulgació i a la dignificació de la gastronomia com a senya identitària valenciana de primer nivell mundial en qualitat i en tècnica. Així, se supera la situació de la presentació de la gastronomia valenciana com quelcom folklòric i lúdic, de poc valor innovador, tal com s'havia fet en altres programes de Canal 9 com ara *Gormandia* (Monferrer i Bellido, 2015) o bé el mític *Show de Joan Monleon*,<sup>20</sup> concurs dels primers anys de Canal 9, amb un presentador i *showman* que s'ha convertit també en referent identitari valencià i que es pot considerar un pioner en la subversió dels estereotips de gènere a la televisió dels anys 90.

### **5. Reflexions finals**

Les narratives dels imaginaris nacionals requereixen les seues formes artístiques pròpies i diferenciades, referents de ballarins, músics, pintors, arquitectes, esportistes, escriptors, *youtubers*, *showmans*...

---

<sup>20</sup> <<https://sotalamorera.wordpress.com/>> [Consulta: 19-7-2020].



(Van den Bulck 2001: 57). Una de les principals funcions d'À Punt és, doncs, adaptar i donar força a aquestes narratives, alterar-ne el focus i oferir noves fonts de legitimació identitària (*ibidem*: 57). Tal com s'apunta en el *Llibre d'estil* de la CVMC, cal estimular la programació audiovisual valenciana (2017: 40).

A més, tal com Van den Bulck afirmava (2001: 65), existeix el repte de demostrar que la llengua estàndard pot servir per a l'entreteniment i que no és un obstacle per a l'espontaneïtat, tal com s'intenta fer palès en programes com ara *Assumptes interns* i *À Punt Directe*. Tanmateix, el model de llengua estàndard utilitzat actualment en À Punt, lluny d'aconseguir una correcció molt elevada, sí que ha millorat a passos agegantats en relació amb el model de llengua que es feia servir a Canal 9 els darrers temps amb una intenció evident de deteriorament de la norma i de la llengua, tot assimilant-la a parlars col·loquials i sense formalitat ni prestigi.<sup>21</sup>

Hem constatat que la varietat de gèneres televisius en la programació d'À Punt és significativa i segueix a grans trets la línia de les gralles de les televisions públiques de proximitat europees: literatura, intenció didàctica de continguts com en el cas dels dibuixos animats en anglès, programes sobre la biodiversitat i la natura autòctones com *Terra Viva*, hereva de l'antic i prestigiós *Medi Ambient* de Canal 9 i assimilable al *Plant een Boom Actie* flamenc.

Programes en què la música, la gastronomia, la ciència i la literatura valencianes es posen al costat d'obres artístiques del cànon internacional, concursos didàctics, ficcions de producció pròpia combinades amb productes internacionals, documentals i reportatges sobre aspectes poc coneguts i valuosos del territori, especialment centrats en la gastronomia valenciana com a senya d'identitat. Tanmateix, aquest model podria estar en perill per les baixes audiències obtingudes per la cadena.<sup>22</sup>

Al remat, sembla que, durant els seus dos primers anys d'existència (2018 i 2019), À Punt ha ofert una dieta cultural equilibrada entre informació, entreteniment i educació, apostant pels programes de qualitat. Ara, però, el problema es planteja sobre com tornar a seduir un públic que s'ha diluït entre la foscor de sis anys sense emissions amb un canvi d'imatge de marca, de línia editorial i de programació

---

<sup>21</sup> El dilema de les televisions de proximitat amb llengua pròpia sobre el model de llengua estàndard que cal fer-hi servir i la interferència d'altres llengües no és exclusiu del cas valencià. Per exemple, a la Televisió de Catalunya, s'ha obert una polèmica al juliol de 2020 a l'entorn del model de llengua i la presència del castellà en una sèrie emesa a TV3 i a TVE titulada *Drama*: <https://www.lavanguardia.com/participacion/debates/20200704/482062461977/debate-uso-llengua-tv3-castellano-catalan-polemica-serie-drama.html> [Consulta: 19-7-2020].

<sup>22</sup> Es tracta de l'etern dilema de les televisions de proximitat entre oferir contingut de qualitat o bé competir per les audiències amb les televisions privades i intentar agradar les masses, ambdues estratègies difícilment compatibilitzables.

desconcertant en la tornada, sumat a la ferotge competència del nou elenc de plataformes que les televisions *intel·ligents* ofereixen.

Responent a l'objectiu principal que ha motivat aquesta recerca, identificar les manifestacions simbòliques identitàries en la programació dels dies que envolten el 9 d'octubre de 2019,<sup>23</sup> hem detectat una evident tendència a l'ocultació de l'element identitari pancatalanista que relacionem amb la por d'activar marcs conceptuals favorables per a la retòrica anticatalanista (en termes de Lakoff, 2008). Alhora, aquest aspecte es complementa amb la tendència a l'aparició constant del referent identitari superficial, inofensiu i més identificable per part públic no valencià: la gastronomia pròpia, la idiosincràsia valenciana, els estereotips escatològics, els llocs comuns de la quotidianitat valenciana o el component ludicofestiu propi en serien alguns exemples.

---

<sup>23</sup> Com expliquem a l'inici de l'article, vàrem triar aquesta data com a referència per delimitar el corpus d'anàlisi perquè prevèiem que, al voltant d'una efemèride clau per a la formació del País Valencià, el component simbòlic identitari es faria més explícit en els programes de la televisió pública valenciana.

## Bibliografia

- ARANA, EDORTA, AZPILLAGA, PATXI i NARBAIZA, BEA (2007) *Linguistic Normalisation and Local Television in the Basque Country*, dins: Cormack, M. & Hourigan, N. (Eds.), *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies* (pp. 151-167), Clevedon: Multilingual Matters.
- BARKER, CHRIS i GALASINSKI, DARIUSZ (2001) *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*. London: Sage Publications.
- BAYDAL, VICENT (2016) *Els valencians, des de quan són valencians?* Barcelona: Afers.
- BAYDAL, VICENT (2016) *València no s'acaba mai*. València: Llibres de la Drassana.
- BEACCO, J. C. (1992) *Un lieu d'inscription de la didacticité: les catastrophes naturelles dans la presse quotidienne*, París: Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- COROMINAS, MARIA (2007) *Media Policy and Language Policy in Catalonia*, dins: Cormack, M. i Hourigan, N. (eds.), *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies*, Clevedon: Multilingual Matters, p. 168-187.
- CVMC (2017) *Llibre d'estil de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació*. València: Conselleria de Cultura <[https://www.cvmc.es/wp-content/uploads/2017/12/Llibre-destil-CVMC\\_web.pdf](https://www.cvmc.es/wp-content/uploads/2017/12/Llibre-destil-CVMC_web.pdf)> [Consulta: 19-7-2020]
- EDENSOR, TIM (2002) *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford, Nova York: Berg.
- GIFREU, JOSEP (2019) “La televisió i la construcció d’una imatge pública de la immigració”, *Quaderns de CAC*, 23-24: 1-12.
- GONZÁLEZ, CARLA I OLID, ISABEL (2012) Claus lingüístiques de la manipulació ideològica a Canal 9. In V. Salvador (Ed.), *L’ull despert. Anàlisi crítica dels discursos d’avui*, València: Tres i Quatre, P. 255-290.
- GRIFEU, J. (2014) *El català a l’espai de comunicació*, Barcelona-Castelló-València: UAB, UJI, UPF, UV.
- LAKOFF, GEORGE (2008) *No pensis en un elefant. Llenguatge i debat polític*, Barcelona: Viena.
- MASCARELL, PURIFICACIÓ (2019) *Memòria de la destrucció: la crema de Xàtiva i altres urbicidis*, València: Institució Alfons el Magnànim.
- MARTÍNEZ BERNAT, ANTONI (2019) *Identitat(s) a la cruïlla. Valencianitat i reptes territorials*, València: Afers.
- MOLLÀ, TONI (2017) *La Llengua de la plaça: L’espai públic, el mercat i la política lingüística*, Alzira: Bromera.
- MONFERRER-PALMER, AINA; BELLIDO, TERESA (2015) “Media and minority languages: a comparative study of Asturian and Valencian contexts”, *Ibero-Romance in Contact and in Contrast*, Universitat de Gant, 14-16 de desembre de 2015. [Comunicació]
- MONFERRER-PALMER, AINA (2015) “Nuevas y viejas ruralidades. Reflexiones sobre la representación cinematográfica de la ruralidad española”, *Rassegna Iberistica*, 104: 255-273. <<http://edizionicf.unive.it/riv/dbr/7/33/RassegnaIberistica/104>> [Consulta: 11-6-2020]
- MONFERRER-PALMER, AINA (2019) “Pragmaestilística del discurs del hip-hop en valencià”, *Comunicació: Revista de Recerca i d’Anàlisi*, 36 [maig]: 51-69.

- <[http://revistes.iec.cat/index.php/TC/article/view/145791/pdf\\_1516](http://revistes.iec.cat/index.php/TC/article/view/145791/pdf_1516)> [Consulta: 11-6-2019]
- MONFERRER, AINA; BELLIDO, TERESA (2019) “Reflexions sobre la vitalitat de l’ús del català entre els líders d’opinió valencians”, *Journal of Catalan Studies*, 21: 195-218. <<http://jocs.anglo-catalan.org/ojsnew/index.php/jocs/article/view/26/40>> [Consulta: 11-6-2020]
- PERIS BLANES, ÀLVAR (2016) “Imaginar la nació a través de la ficció televisiva”, *Debats*, 130: 31-47.
- PRADILLA, MIQUEL ÀNGEL (1999) “El secessionisme lingüístic valencià”, dins: *La llengua catalana al tombant del mil·leni*, Barcelona: Empúries, p. 153-202.
- SÁEZ, FERRAN (2003) *Què (ens) passa? Subjecte, identitat i cultura en l’era de la simulació*, Barcelona: Proa.
- ŠARIĆ, LJILJANA i LUCCARELLI, MARK (2017) “Symbols and symbolic meanings in constructions of nations and national identity”, *Družboslovne Razprave*, 85: 15-34.
- VAN DEN BULCK, HILDE (2001) “Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television”, *Media Culture & Society*, 23: 53-69.
- XAMBÓ, RAFAEL (2001) *Comunicació, política i societat. El cas valencià*, València: Tres i Quatre.