

TERRA. Revista de Desarrollo Local

e-ISSN: 2386-9968

Número 13 (2023), 22-45

DOI 10.7203/terra.13.27338

IIDL – Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local

Sentidos de lugar, ruralidad y periodismo de proximidad

Enric Castelló

Catedrático del Departamento de Estudios de Comunicación

Universitat Rovira i Virgili

enric.castello@urv.cat

<https://orcid.org/0000-0003-2154-2450>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons
Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 4.0 Internacional

SECCIÓN ARTÍCULOS

Sentidos de lugar, ruralidad y periodismo de proximidad

Resumen: Este artículo presenta una reflexión entre la investigación en comunicación y el ensayo sobre el papel del periodismo en la construcción de los sentidos de lugar de la ruralidad. El sentido de lugar colectivo se genera y circula en procesos de interacción social en los que la comunicación pública se convierte en un espacio de negociación. Estos territorios ven como la ruralidad sufre un retroceso fruto de la despoblación, el abandono de actividades productivas, el impacto de incendios forestales y los problemas medioambientales. Los medios se convierten en foro donde esas comunidades deben tener un espacio de expresión. El autor argumenta la necesidad de un periodismo de proximidad a las comunidades que se rija por criterios deontológicos de comprensión de los habitantes de pueblos y ciudades pequeñas que han sufrido procesos de periferización. El autor implementa una investigación de caso mediante el estudio de la cobertura periodística de un proyecto de planta solar y la oposición de parte de los habitantes de un municipio bajo el paraguas de los movimientos “Renovables sí, pero no así”. El autor sostiene que el periodismo de proximidad realza la voz de las comunidades, otorgando agencia a sus pobladores, lo que conecta con el concepto de “rural agéntico”. El autor remarca al final la importancia del periodismo descentralizado, local y comarcal, en el que los nodos de ciudades pequeñas y medianas son fundamentales para entender los sentidos de lugar.

Palabras clave: periodismo de proximidad, sentido de lugar, ruralidades, transición energética, conflicto medioambiental

Senses of place, rurality and local journalism

Abstract: This article presents a reflection between communication research and the essay on the role of journalism in the construction of senses of place in rurality. The collective sense of place is generated and circulates in processes of social interaction in which public communication becomes a space for negotiation. These territories see how rurality suffers a decline as a result of depopulation, the abandonment of productive activities, the impact of forest fires and environmental problems. The media becomes a forum where these communities must have a space for expression. The author argues the need for local journalism (in the sense of proximity) that is governed by deontological criteria for understanding the people living in small towns and cities that have suffered processes of peripheralization. The author implements a research case by studying the journalistic coverage of a solar plant project and the opposition of part of the inhabitants of a municipality under the umbrella of the “Renovables sí, pero no así” (“Renewable yes, but not this way”) movements. The author holds that local journalism enhances the voice of communities, granting agency to its residents, which he connects with the concept of “agent rural.” At the end, the author highlights the importance of decentralized, local and regional journalism (*periodismo de proximidad*), in which the nodes of small and medium-sized cities are crucial for the understanding of the senses of place.

Keywords: proximity journalism, sense of place, ruralities, energy transition, environmental conflict

Recibido: 26 de septiembre de 2023

Devuelto para revisión: 10 de octubre de 2023

Aceptado: 13 de diciembre de 2023

Referencia / Citation:

Castelló, Enric (2023). Sentidos de lugar, ruralidad y periodismo de proximidad. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, (13), 22-45. DOI 10.7203/terra.13.27338

IDEAS CLAVE / HIGHLIGHTS / IDEES CLAU

- | | | |
|---|---|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. El periodismo contribuye a la construcción de los sentidos de lugar.2. En la ruralidad, el periodismo de proximidad debe acercarse más al territorio y sus habitantes.3. El periodismo de proximidad en la ruralidad construye comunidades con agencia narrativa.4. Los retos de la ruralidad reclaman la existencia de un periodismo local y comarcal que explica los sentidos de lugar. | <ol style="list-style-type: none">1. Journalism contributes to the construction of senses of place.2. In rural areas, local journalism must get much closer to the territory and its inhabitants.3. Local journalism in rural areas builds communities with narrative agency.4. The challenges of rurality demand the existence of local and regional journalism that explain the senses of place. | <ol style="list-style-type: none">1. El periodisme contribueix a construir als sentits de lloc.2. A la ruralitat, el periodisme de proximitat ha d'apropar-se més al territori i als seus habitants.3. El periodisme de proximitat a la ruralitat construeix comunitats amb agència narrativa.4. Els reptes de la ruralitat reclamen l'existència d'un periodisme local i comarcal que explica els sentits de lloc. |
|---|---|--|

1. INTRODUCCION Y JUSTIFICACION

Todo texto académico parte de un posicionamiento, circunstancia y condición del autor. Es un elemento relevante, especialmente en la sociología y las humanidades, puesto que no podemos desmembrar el conocimiento del sujeto, su interpretación y apropiación; no lo podemos objetivar ni totalizar. Es adecuado tomar la perspectiva de Paul Ricoeur (2016[1981], p. 208) en este sentido: el conocimiento tiende a separarse de la ideología pero esta ideología actúa como un filtro o código. Lo mismo aplica para el periodismo; la información y la interpretación del sujeto que reporta siempre van de la mano. Como indicaba Lorenzo Gomis (2008, p. 72) en su teoría de los géneros periodísticos, la información siempre es un proceso que requiere de la interpretación, y el periodismo es globalmente, un “método de interpretación”, una forma de generar conocimiento sobre nuestra realidad social.

La objetividad absoluta es un ideal que en las facultades de comunicación explicamos como un desideratum al que podemos aspirar pero que sabemos que nunca alcanzamos del todo. En la teoría, esa objetividad puede ser pronunciada, pero una inspección seria y reflexiva de la labor periodística lleva a posiciones constructoristas en las que somos conscientes de que la realidad social se institucionaliza y legitima en base a prácticas sociales y de interacción (Berger y Luckmann, 1995). En el mundo periodístico es sabido que los que abogan obstinadamente o se deshacen blandiendo una objetividad inmaculada pueden ser profesionales muy influenciados por los poderes económicos, políticos, y las relaciones públicas.¹ En la otra orilla se sitúan los radicales subjetivistas que promueven el descrédito total de la objetividad y, blandiendo una teorización de la misma como quimera, defienden que hay muchas verdades y que todas son posibles o “alternativas”, por lo que se abocan sin rubor a la distorsión, la opinión y el sesgo. Esa actitud cae en lo que Ryszard Kapuściński (2002, p. 53) asociaba al cinismo, “una actitud incompatible con la profesión del periodista”.

La profesión periodística circula entre esas dos orillas, entre la deificación y el descrédito de la objetividad. El periodismo de calidad, el que defendemos en las facultades y el que practican los profesionales reputados, trabaja en un espacio de complejidad y equilibrio regido por una cultura ética, por una deontología. Esa actitud está atenta a otros conceptos—no desprovistos de controversia—como son la veracidad, el distanciamiento, la contrastación, la honestidad o la precisión. Este no es un texto para teorizar a fondo sobre esos conceptos, actitudes y técnicas, pero es crucial cuando decimos que el periodismo debe “estar cercano” a las comunidades y a la ciudadanía, o que el periodismo “se debe” a los ciudadanos. Esta idea, sin embargo, no se debe llevar al exceso, confundiendo periodismo y activismo. Es un error, puesto que el periodismo necesita un distanciamiento del objeto/sujeto sobre el que informa. No nos referimos a una distancia física, obviamente, sino epistemológica: lo que escucha y observa el periodista siempre lo cubre con una capa de sospecha. La distancia es esa sospecha que rige su independencia. Esa distancia suele generar incomprensión entre las personas muy comprometidas con causas que pueden ser muy justas, ya sean medioambientales, sociales, políticas, culturales, pero que no son en el objeto de ser del periodismo.

El periodista debe mantener distanciamiento tanto del poder económico y político, como del partidismo o del activismo, mediante las técnicas y actitudes que aprende y ejerce

¹ A lo largo del trabajo usamos un masculino genérico excepto cuando, como indica la RAE, la oposición de sexos “sea relevante en el contexto” (véase: RAE <https://www.rae.es/espanol-al-dia/los-ciudadanos-y-las-ciudadanas-los-ninos-y-las-ninas>).

desde su formación y ejercicio profesional. David Randall (1999, pp. 42-50) apuntaba algunas, de las que podemos destacar las que a nuestro juicio son claves: instinto informativo, pasión por la precisión—exactitud por lo que nos cuentan y sucede, fidelidad al espíritu de la situación y acontecimiento y no hacer deducciones—, descartar las conjeturas, no confiar en ninguna fuente—ser conscientes del interés de todas ellas en explicar algo y de una determinada forma—y dejar los prejuicios en casa. La polarización actual de la sociedad y de la política no ayuda a mantener esos preceptos y las redes sociales han venido a reforzar lo que se ha denominado cámaras de eco (Jamieson y Cappella, 2008), de las que todo buen profesional debe saber migrar o, de ser expuesto, no naturalizar. Tampoco ayuda la precarización y la falta de un modelo de negocio que asegure la profesionalidad. Los medios están explorando nuevas fuentes de ingresos que no deberían perjudicar la producción y que deberían ver en la rigurosidad, el espíritu crítico y la calidad estilística la forma de salir de la encrucijada (Canovaca, 2019).

Dicho esto, el periodismo necesita la interpretación y esta entender el contexto donde suceden las cosas. Ese entendimiento requiere de dos factores: información de calidad (y fiable) y experiencia in-situ. Quiero centrarme especialmente la segunda condición, puesto que en el periodismo actual se ha obviado la importancia de tener una experiencia directa, física, con las realidades que se explican. Hoy, la información llega casi siempre delegada, a través de un correo electrónico, las redes sociales de un político, una página web corporativa o una de entidad; repostada por alguien o algo ignoto (un robot incluso). Sin embargo, la experiencia in-situ a la que me refiero se adquiere observando los fenómenos donde ocurren. El periodismo debe recuperar el sentido fenomenológico de interpretación de la realidad; el periodismo es fenomenológico puesto que como diría Heidegger (p. 61) pertenece a la “especie del exhibir y explicar”, requiere de una comprensión previa. Esto es especialmente crucial para entender los contextos comunitarios y rurales. Se tiende demasiado a replicar comunicados mediante una elaboración de noticias o reportajes escritos desde una oficina. Ese periodismo de oficina es muy inoperativo a la hora de comunicar lo que entendemos como el “sentido de lugar colectivo” de las comunidades, un sentido de lugar que tiene en el rural unas condiciones muy marcadas. Si bien es legítimo informar desde las grandes ciudades sobre las realidades rurales sin haber pisado las calles de esos pueblos o caminos, así como observado y escuchado a sus gentes en primera persona, una interpretación adecuada de esas realidades requiere de un conocimiento in-situ, hoy en día raro. El periodismo debe recuperar aquí su espíritu exploratorio y antropológico también, de trabajo de campo. Salir, tocar, oler, escuchar, comprender qué está pasando en un lugar determinado, en un momento dado.

Lo que genera esta estructura desequilibrada de información sobre regiones y espacios rurales es un sistema de centros y periferias que no es solo material y económico-político, sino cultural y simbólico. Los territorios denominados rurales en el Estado español no solo padecen una escasez de servicios e infraestructuras—uno de los temas periodísticos recurrentes que a menudo deviene un mantra político en boca de líderes locales replicado en los medios sin análisis ni profundidad—, sino que están simbólicamente relegados como comunidades despobladas, empobrecidas, despatrimonializadas o desposeídas. La relación de las comunidades con la ruralidad, por otra parte, no se puede limitar a unas zonas técnicamente definidas como rurales;² la ruralidad está presente hoy en ciudades

² En una definición técnica ofrecida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021), que usa datos de EUROSTAT, se considera zona rural a los municipios de menos de 30.000 habitantes con densidad

pequeñas y medias, en esos territorios medios entre lo urbano y lo rural (Andrés Cabello, 2021). Lo que es muy común en cualquiera de los contextos es esa relegación cuantitativa—pocos medios que hablen de ello—y cualitativa—en relatos estereotipados, victimistas o estigmatizados

A menudo pensamos en países en vías de desarrollo o muy empobrecidos para explicar estos procesos que podríamos denominar de *colonización simbólica*; lugares que no tienen recursos para producir sus medios de comunicación, sus ficciones, sus relatos mediáticos propios, y son explicados por una metrópolis. Pero ese déficit es también una realidad en países desarrollados como el nuestro caso. Estas comunidades, vivan en municipios rurales, en ciudades pequeñas o periferias urbanas, pertenecen a la categoría que Joaquim Maria Puyal (2011, p. 69) etiquetó como “grupos de territorios infradotados de tejido mediático propio”. Estos “territorios”—en nuestro caso ampliaríamos el significado de lo geográfico a lo antropológico—acaban dependiendo de los discursos, representaciones e imaginarios que se generan desde otras ubicaciones, con otras miradas e intereses, y por lo tanto viven una suerte de colonización cultural-simbólica. Este desequilibrio se puede dar a escala global (entre países por ejemplo) o doméstica (en el interior de un país). Es decir, el sistema representacional del ruralismo sería acorde a una estructura simbólica colonial siguiendo lo que se ha denominado un “colonialismo interno” (Franquesa, 2023, p. 125; Freixa, 2023, p. 81). Una de las consecuencias de esto es que las comunidades que viven en estas “colonias simbólicas” comparten un sentido de lugar común propio pero consumen un sentido de lugar exógeno, alienado, producido en relatos elaborados desde otras instancias e intereses. Esta dislocación puede generar una actitud de sometimiento, aceptación problematizada o confrontación. Estas posiciones podrían concordar con los tipos de decodificación que los estudios culturales marcaron para los discursos emitidos por los medios de comunicación (Hall, 1980). Esta cuestión ha sido investigada en la recepción o representación que determinadas ficciones dramáticas sobre la ruralidad desarrollaron sobre esos territorios (eg. Phillips et al., 2001, Castelló, 2010a y Castelló y O’Donnell, 2009).

1.1 Conceptos (1): periodismo y sentido de lugar

Una de las claves que hacen necesario disponer de un sistema de comunicación de proximidad vivo es su capacidad de generar y difundir un sentido de lugar colectivo propio de las personas que habitan ese lugar. En esta labor, el periodismo de proximidad—de manera importante ejercido por profesionales radicados en ciudades pequeñas y medianas que cubren zonas amplias de territorio—recoge las versiones, sentires, argumentos e informaciones de las personas que viven en esas comunidades. Cabe decir desde el principio, que la generación y distribución del “sentido de lugar” es una consecuencia del periodismo de proximidad y no una función de este. En periodismo y comunicación social no existe investigación específica de cómo funciona este sistema de generación de sentido de lugar. El ámbito más cercano a este campo fueron los estudios en torno al “periodismo comunitario” en los años noventa, especialmente relevantes en Estados Unidos y América Latina, que generaron reflexiones y posteriores malentendidos cuando surgió el “periodismo ciudadano”. Aquellos trabajos integraron la noción de que el periodismo comunitario no está necesariamente adscrito a una comunidad geográfica, física, y que la idea de “comunidad” era más bien un “significado simbólico negociado”, por lo que los medios comunitarios reforzarían estos procesos de negociación compartidos (Lowrey et al., 2008). En todo caso, esa comunidad no tiene por qué ser

inferior a 100 habitantes por kilómetro cuadrado. Esta definición también reconoce como tales a los municipios de menos de 5.000 habitantes incluidos en el “medio rural”.

rural, ni mucho menos. De hecho, uno de los textos pioneros en el periodismo comunitario se centró en la ciudad y en investigar cómo la prensa urbana de barrio podía fortalecer la idea de comunidad (Janowitz, 1952). Por otra parte, desde una visión más liberal, el periodismo comunitario también produjo una crítica de los que consideraron que era una práctica que devaluaba “la verdad” a expensas de un posicionamiento moral (Barney, 2008). En todo caso, si el periodista sigue los preceptos deontológicos propios de la profesión e informa de forma precisa sobre los temas rurales acercándose a las fuentes y a las comunidades afectadas, ya pondrá en juego un sentido de lugar colectivo. Sin ir más lejos, por ejemplo, el código del Colegio de Periodistas de Cataluña indica en su primer precepto que los periodistas tienen “la obligación de acercarse a la realidad de los acontecimientos”, deben “evitar conflicto de intereses”, deben rechazar “las fórmulas de promoción y publicidad bajo la apariencia deliberada de informaciones periodísticas” y ser “especialmente sensibles con la diversidad y actuar con sentido de justicia y respeto a las personas y grupos afectados” (FCIC, 2016).

Lo que llamamos aquí “sentido de lugar” puede tener una conexión con el “sentido de comunidad”, dado que las comunidades se construyen y alimentan en un espacio de intercambio (que puede ser físico o virtual, como decimos). Aunque la comunidad no se base necesariamente en un lugar geográfico, la investigación indica que el espacio geográfico continúa siendo relevante para fortalecer los lazos de la comunidad. Por ejemplo, una encuesta en el estado de Arizona indicó que los habitantes que leían las noticias locales mostraban un “sentido de comunidad” más fuerte que los que no lo hacían (Mersey, 2009). Más cercano a nuestro objeto, otro estudio definió que la práctica de un “periodismo geo-social” implica que los periodistas deben comprometerse con la tierra, con la agricultura, la industria local y el medio ambiente (Hess y Waller, 2014). Aun así, cuando surgen problemas medioambientales o relativos a las industrias contaminantes, los medios de comunicación locales no necesariamente apoyan las visiones más cercanas a los activistas (Taylor et al., 2000, Castelló, 2010b). Existen condicionantes que hacen que las relaciones entre medios, ciudadanos y corporaciones se complejicen: precariedad salarial, falta de recursos, potentes oficinas de relaciones públicas, etc. Así, un medio de comunicación local puede no ejercer un periodismo de proximidad en el sentido que aquí exploramos.

En nuestro caso, nos interesa indagar mejor en ese concepto de “sentido de lugar”, una idea antigua que ha sido trabajada sobre todo desde los ámbitos de la geografía humana y la psicología medioambiental. En el contexto occidental, existe cierto consenso en situar los inicios de esta idea en la cultura romana y el término pre-cristiano de *genius loci*. Se refiere a la creencia de que los lugares estaban habitados por espíritus que construían una aurea entorno a los mismos (Seamon, 2022; Vecco, 2020). El cristianismo persiguió el paganismo y las ideas animistas relacionadas con los lugares y la naturaleza, pero mantuvo una mística en sitios elegidos que acercaban los humanos a Dios. En algunos de esos lugares se relataron apariciones marianas que bautizaron las Vírgenes de tal o cual lugar y cuyos hallazgos se representaron periódicamente en las iglesias, en historias, mitos y tonadillas populares, impregnando de religiosidad el sentido de lugar de las comunidades. Las ideas ilustradas y el pensamiento científico apartaron estas “supersticiones” sobre los lugares y sus significados místicos. El lugar se gestionó científicamente, planificado para aprovechar los recursos al máximo. En la cultura y la ciencia, la ruralidad se acotó como un espacio retrasado y oscuro, frente a las luces de la ciudad y los prodigios del desarrollo tecnológico y la industria. Es el momento en el que la cultura y la literatura cultiva una idea de comunidad rural retrasada. Marc Badal

(2017) ha relatado de forma brillante cómo los campesinos no solo fueron explotados a lo largo de la época moderna, sino también tratados como zoquetes, ruines, tozudos, o violentos en todo tipo de prácticas culturales. El periodismo participó de ello.

Con la ilustración planificando y tecnificando, la idea de “sentido de lugar” se empezó a relacionar con una aproximación romántica al territorio. Lo rural se asimiló a incultura. En parte, el Romanticismo fue una reacción al desprecio de la ciencia, entre otras cosas, hacia la tradición, a los sentimientos o a lo intangible, en definitiva un repliegue ante “la tiranía de la razón” (Safranski, 2018, p. 35). Pero el arte y la literatura románticas, cautivadas por un idealismo y por su búsqueda de las raíces de la identidad en las tradiciones, cultivaron entonces una ruralidad idealizada y embellecida. Es el momento cuando se consolidaba la ciencia de la geografía y aparecía la noción moderna de “paisaje” a principios del siglo XIX (Tang, 2008). Sin duda, el Romanticismo fue un movimiento de potenciación del discurso del “idilio rural” a través de la pintura y las artes, la literatura y el periodismo tanto en la tradición anglosajona (Short, 2006), como en el contexto europeo en general y español en particular. Creo que es muy importante señalar este discurso de ensalzamiento de la naturaleza y la belleza de la ruralidad, porque tiene repercusiones hasta la actualidad en, por ejemplo, ciertos discursos e imaginarios en torno al turismo rural o a la nueva ruralidad. Muchos pueblos que se engalanan hoy, aún lo hacen replicando aquellos estándares estéticos romantizados. Por otra parte, cuando en determinados entornos se habla de los sentimientos o de la identidad que un espacio genera en una comunidad, resuena un discurso reactivo con sabores racionalistas y motivaciones corporativas: el sentimiento sobre el lugar se tilda como retraso y estancamiento—en un proceso de estigmatización y deslegitimación—; la planificación, tecnificación y proyección tecnológica, como progreso.

Pero volvamos un instante a la geografía en tanto disciplina. Esta requería una legitimación y consolidación como ciencia positiva por lo que no se abrió hacia concepciones más humanísticas hasta que no se dio un giro culturalista ya en los años setenta del siglo pasado. La geografía humana fue el campo donde se pusieron las bases del “sentido de lugar”; el espacio se entenderá como algo construido por los seres humanos y a ese espacio los humanos le damos un significado profundo y existencial. Si bien el concepto de espacio aparece ligado a la fisicidad, aparentemente sin relación con los humanos, “el lugar es creado por los seres humanos con propósitos humanos. Cualquier hilera de árboles o de casas existió originalmente como una idea, que entonces fue convertida en una realidad tangible” (Tuan, 1975, p. 165). Ese lugar por lo tanto tiene un sentido para la comunidad, en el que la experiencia directa juega un papel fundamental (Tuan, 1979). En este giro, la geografía y la planificación deberán tener en cuenta que los lugares tienen un valor intangible para las comunidades, no son meros “sitios”. En este sentido, Joan Nogué (2015, p. 161) ha definido muy bien como en un contexto de conflictos territoriales, en el que por ejemplo aparecen movimientos bajo el nombre de “Salvemos...”, se está dando cada vez más un “conflicto representacional”, en el que “hay un abismo entre las imágenes más representativas de nuestros paisajes (algunas de ellas estereotipadas, incluso arquetípicas) y el paisaje real, el percibido cotidianamente en el camino de casa al trabajo o del trabajo a casa”.

La idea de que ciertos lugares generan un apego, un ligamen, ha sido estudiada por el ámbito de la psicología, con pretensiones más empíricas, que indaga sobre la percepción individual de los lugares habitados y el sentimiento de pertenencia (a los mismos). Así, algunos estudios apuntan que las comunidades pequeñas—en las que incluiríamos a los

pueblos pero por qué no también a los barrios—pueden desarrollar vínculos más fuertes con el territorio que las comunidades grandes—por lo tanto urbanas—, aunque esta correlación no está del todo probada (Lewicka, 2005, 2011). En nuestro caso, nos interesan más las aproximaciones antropológicas, ya que el trabajo del periodismo de proximidad se asimila al espíritu etnográfico del que llega a un lugar con un papel en blanco y una mirada abierta a “observar el lugar y sus gentes”, como hacia Josep Pla, quien en su hacer periodístico instaba a caminar por los pueblos para captar y entender su idiosincrasia (véase Pla, 2014[1952]). Indagar periodísticamente sobre el “sentido de lugar” no es indagar sobre el apego de los individuos a su barrio, o a su hogar, o a su lugar de trabajo, sino conocer y entender las historias colectivas que esa comunidad comparte con ese espacio, así como interpretar los elementos intangibles e identitarios que provocan determinadas actitudes y motivaciones colectivas. Esas historias, justamente, se convierten en universales por eso mismo (como bien sucedió con la película *Alcarràs* de Carla Simón (2022), que explicando una historia muy local acaba apelando a situaciones, valores y conflictos de carácter universal). Por otra parte, en nuestro título hemos destacado el concepto en plural, puesto que los sentidos de lugar serían también diversos, se experimenta de forma íntima un sentir que tiene una expresión colectiva, que se comparte.

El “sentido de lugar colectivo” sería por lo tanto un significado compartido y construido por medio de las relaciones que tenemos con el territorio a nivel individual y social, comunitario. Aunque cercana a la antropología urbana, ese sentido de lugar es el que apunta Mónica Lacarrieu (2013) para los barrios en tanto que son re-definidos por las comunidades que se los reapropian como espacios de identidad: es una definición en disputa con los poderes públicos y privados. Esa concepción tiene sentido aplicada a procesos de subalternización de la ruralidad, que disputa la reapropiación de su espacio vital como espacio-identidad. ¿Cómo entonces puede el periodismo de proximidad generar y convertirse en un espacio de negociación de ese sentido de lugar colectivo? ¿Hasta qué punto el periodismo tiene un compromiso con el sentido de lugar de las comunidades en relación con su ruralidad? Para ello, debemos explicar un poco mejor las relaciones entre las lógicas periodísticas y las condiciones de la ruralidad.

1.2 Conceptos (2): ruralidad y noticiabilidad

En los últimos años se ha puesto un nuevo foco en el concepto de ruralidad. Rosa Cerarols y Joan Nogué (2022, p. 9), indican que “el mundo rural se ha hecho más visible”, y se empieza a articular una idea de “nueva ruralidad” que vendría caracterizada por una superación de la dicotomía ciudad/campo, el surgimiento de nuevas formas de plantear proyectos de producción y desarrollo o una revitalización cultural del entorno. Este movimiento también tiene una mirada renovada sobre el papel de la mujer en los entornos rurales (Baylina, 2019). Diversos autores han anotado el “auge mediático” que ha experimentado esta “nueva ruralidad” (Ginés y Querol, 2019, p. 42), mientras que otros se han referido a la existencia de una “ruralidad resituada” para explicar como el cine, los medios y la cultura en general articulan este nuevo discurso (Castelló, 23b).

Cuando las diversas disciplinas que se han encargado de estudiar la ruralidad (geógrafos, antropólogos, sociólogos, psicólogos, etc.) mencionan a los medios de comunicación y al periodismo, suelen hacerlo en clave negativa: los medios no representan bien la ruralidad. Salen a la palestra los conceptos de estereotipo, simplificación, espectacularización, ignorancia, etc. Es verdad que la ruralidad ha sido estereotipada, como lo ha sido la clase trabajadora o grupos sociales estigmatizados; cualquier colectivo humano o comunidad

subalternizada es susceptible de ser estereotipado y estigmatizado en un proceso de retroalimentación con procesos identitarios (Goffman, 2009[1963]). Hay que conocer por lo tanto por qué y cuándo determinados grupos sociales aparecen en los medios, y qué temáticas se relacionan con estos grupos. Esto, siendo muy conscientes de que las noticias solo son un pequeño espacio de representaciones, importante pero no el más popular. Hay que prestar atención a otros productos culturales como las películas, los cómics o las telenovelas, donde se construye una imagen más o menos hegemónica de los grupos sociales y las identidades (O'Donnell, 2014). Pero, ¿qué elementos debe tener un suceso para tener un impacto importante en los medios periodísticos?

Entre los estudiosos de la comunicación y el periodismo uno de los temas más antiguos y trabajados es precisamente la noticiabilidad o el valor noticia. En los años sesenta ya se identificaron las características que hacen que un acontecimiento sea seleccionado para ser publicado (Galtung y Ruge, 1965). Revisiones recientes de los criterios de noticiabilidad han renovado algunos (Harcup y O'Neil, 2001). Los valores noticia (*news values*) son los criterios clásicos que explicamos para entender por qué los medios reproducen unos temas mientras otros quedan invisibilizados. Entre los criterios clásicos se contaba con el de novedad, afectación o interés humano. Pero las revisiones y el impacto de las redes sociales motivaron la inclusión de nuevos factores y potenciaron algunos existentes. Por ejemplo, la imagen, el grado de conflicto, la negatividad, la capacidad de viralidad o el nivel de drama que contienen las historias se han revalorizado (Harcup y O'Neill, 2017). La afectación o magnitud continúa siendo un criterio importante.

Fijémonos que solo mencionar dos de los criterios más relevantes (magnitud/afectación) detectamos un gran reto para los temas en sobre el medio rural: ¿qué pasa de nuevo allí y a cuánta gente afecta? El periodismo de proximidad sabe bien que en los lugares pequeños se encuentran historias excepcionales. Pero cuando ese periodismo pasa por el filtro comercial—¿cuánta gente se interesará en la noticia?, ¿será muy compartida en las redes?, ¿genera expectación o sorpresa?, ¿contiene imágenes impactantes o dramáticas?—, la ruralidad enfrenta un reto draconiano. Cuando hablamos de programas de infoentretenimiento, otros criterios como la calidad audiovisual o el acceso a las fuentes tiene relevancia, y los temas pueden dar lugar a temáticas más laxas relacionadas con la tradición, las fiestas o la cultura (Ortell Badenes, 2014). Aún así, ese periodismo del espectáculo tiende más a la simplificación, a la anécdota y a una personalización e individualización (Carrillo, 2013). Por ello, el infoentretenimiento se aparta del periodismo de proximidad que estamos proponiendo puesto que resta trascendencia social y *comodifica* la ruralidad (Perkins, 2006). En este tipo de periodismo es mucho más probable que la fotografía de un perro herido rescatado de una granja acapare más minutos de pantalla—sin una adecuada explicación por ejemplo de la ley de protección de los animales o de la situación que vive la zona o los propietarios de la granja—que la iniciativa de los vecinos de un pueblo de recuperar una zona comunal para cultivar—que no dispone de imágenes impactantes o de voces que tengan acceso a los medios o quieran intervenir en ellos.

Cuando se cubren temas como la implantación de energías renovables estamos hablando de una cuestión de interés público, con aristas económicas, sociales y culturales. Un tema que en los últimos años ha generado expectación mediática y que genera conflicto, un marco mediático por excelencia. En su análisis sobre la transición ecológica en el sur de Cataluña, Jaume Franquesa (2023, p. 303) explica cómo uno de los elementos que más

dificultan los proyectos de energía renovable es “la resistencia local organizada”. Aunque su trabajo ofrece una disección muy ilustrativa de cómo funcionan los procesos de desarrollo energético y sus impactos a nivel local, no se ocupa demasiado del papel del periodismo y la comunicación. Sí que en determinados pasajes el estudio comenta cómo los medios de comunicación suavizaron en su momento el discurso antinuclear (2023, p. 131), o de la relevancia de la existencia de narrativas en medios locales, revistas y contactos más informales (2023, p. 156). En estos procesos, los paisajes experimentan un impacto profundo que acarrea una reconfiguración del sentido de lugar colectivo que dota de identidad a la comunidad. Ese es su lugar cotidiano, donde trabajan y viven, donde sufren y gozan. Es lógico que esa comunidad, en la que existe una potente red de comunicación, reaccione ante estas transformaciones.

El conflicto que genera la implantación de renovables es un componente noticiable, no solo porque supone romper un *statu quo*—aspecto imprescindible para generar un inicio del relato que se concentra en el titular—sino porque presenta una estructura narrativa y un marco interpretativo genérico sobre el que trabaja el periodismo (Castelló, 2019). Por lo tanto, no es que los medios estigmaticen el campo porque siempre destacan los problemas que allí ocurren, sino que los medios suelen centrarse en los problemas allá donde suceden. La cuestión es que la forma en como los medios reportan la conflictividad—a menudo abusando del drama, las declaraciones-contradecaraciones, lo espectacular, lo sorprendente, lo extraño o lo excéntrico, mientras se deja en la palestra el contexto, la historia, las motivaciones colectivas, los argumentos de calidad—, no es la más apropiada para la comprensión de los sentidos de lugar. El conflicto puede ser un catalizador del sentido de lugar que genere interés periodístico que, con herramientas y aproximación, puede ser una oportunidad para el periodismo de calidad. Pero para que esto sea posible necesitamos un periodismo de proximidad comprensivo, de base fenomenológica, que se desplace y entienda bien el lugar.

Vamos a exponer un pequeño ejemplo con la iniciativa ciudadana “Salvem el Realenc”, ubicada en Carcaixent, que surgió en torno al movimiento “Renovables sí, pero no así”. El caso se ha estudiado con un seguimiento de la cobertura que el Realenc ha tenido en algunos medios locales, así como en algunas iniciativas comunicativas del movimiento. Soy consciente de estas limitaciones analíticas y de la muestra, pero considero que su descripción ayuda a entender, en la praxis, como el periodismo de proximidad puede contribuir a la construcción y circulación de los sentidos de lugar.

2. CASO Y METODO

El lector se sorprenderá de la elección de un caso ubicado en la población de Carcaixent (Ribera Alta, València) en un trabajo que habla de “ruralidad”. Carcaixent es un municipio ubicado en la ribera del río Xúquer que técnicamente es una ciudad puesto que cuenta con 20.498 habitantes (2022) y una densidad de 345 habitantes por kilómetro cuadrado. No solo es una ciudad, sino que podemos decir que es un enclave importante de la provincia, uno de los municipios más habitados y a tan solo unos 40 kilómetros de la capital. Está bien conectada por tren (a unos 48 minutos usando la línea de Xàtiva). Su demografía se ha estancado entorno a esas veinte mil almas, pero desde 1981 ha perdido unos dos mil habitantes; su relativa cercanía a la capital juega un papel ambivalente en este sentido. De las 460 empresas inscritas en la Seguridad Social, 325 son del sector servicios y solo 39 son agrícolas (Institut Valencià d’Estadística, 2022). Técnicamente, la ciudad pertenece a un área considerada urbana, es municipio urbano, como otros de la zona de la Ribera Alta

(Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, 2021). Paradójicamente a esta realidad geográfico-técnica, diremos que el “sentido de lugar colectivo” del municipio es muy rural y reside en un pasado de “esplendor citrícola”. Podemos afirmar que la identidad de sus habitantes está muy enraizada a los campos de naranjos y sus huertos.

Carcaixent fue el centro pionero de producción naranjera de España. Los cítricos aún ocupan el 89% de la zona agrícola, por lo que se puede considerar una zona de monocultivo que es minifundista (la media de tenencia de tierra de los integrantes de la Real Acequia, que riega el término, era entre tres y cinco hanegadas por socio en 2015 (Alós, 2015). Como en otras partes del Estado, esa agricultura pasó una crisis agraria en los años sesenta y setenta de la que no se ha recuperado. Muchos de sus campos se han abandonado y no hay relevo generacional. El lema de la ciudad, inscrito en un monumento conmemorativo situado en la entrada, es el de “Bressol de la taronja” (Cuna de la naranja). Históricamente su población ha habitado (sobre todo veraneado) las casas de campo con huertos—*horts*, como nos referiremos ahora—y urbanizaciones que salpican su territorio, parcelas con frutales, que permitían el autoabastecimiento e intercambio. La cultura rural está muy arraigada entre los habitantes; esta realidad contrastada de un sentido de lugar colectivo rural y una realidad técnicamente urbana es muy común en toda la Ribera del Xúquer. Pero también sospechamos que comparte esta idiosincrasia con muchas otras zonas de la Península donde existen ciudades medianas y pequeñas con un fuerte arraigo a la ruralidad circundante, que fueron mercado donde se aplegaban los agricultores y artesanos y que se han transformado en lugares dedicados a los servicios en los procesos de desagrarización. Es decir, aunque muchas de estas poblaciones no están catalogadas como zonas rurales, su identidad está muy marcada por un imaginario de la ruralidad que subyace en convivencia con la experiencia de un espacio urbano y una economía de servicios.

En el caso que nos ocupa, la transformación del pueblo estuvo recientemente marcada por la puesta en marcha en 2005 de un centro comercial con sus cadenas de comida rápida, tiendas de ropa de multinacionales, hipermercado y lugares para adecentarse las uñas o cambiar la carcasa del móvil. Ese espacio se construyó precisamente sobre una zona agrícola cercana a la zona urbana y que albergó los primeros cultivos de cítricos en España en el siglo XVIII e incluso implicó la destrucción de algunas casas centenarias de *horts*. La post-modernización de esta pequeña ciudad convirtió esos lugares agrícolas históricos en espacios de lo que Zygmund Bauman (2010) etiqueta como “vida acelerada” de una “sociedad de consumidores”. Aun así, como decimos, los habitantes mantienen una identidad colectiva “de pueblo”. Los oriundos salen y vuelven del *poble*, si viajan y encuentran a un vecino o conocido, han visto a uno del *poble*—como nos referiremos ahora.

El Realenc es una zona montañosa alta en el término municipal del *poble* con un valor medioambiental y patrimonial. Sus caminos fueron utilizados históricamente por los trabajadores de los hornos de cal que funcionaban en la zona, así como por pastores, apicultores y leñadores. Además de los vestigios de esos hornos, el paraje alberga la “Villa San José”, conocida como el “Palaciet”; la residencia que la familia de José Ribera hizo construir al maestro de obras Josep Rios Chinesta y que, junto al Magatzem de Ribera, es una de las muestras de edificación modernista civil que dan personalidad y carácter al *poble*. Esa construcción fue escenario en los años veinte de la película *Voluntad*, producida en 1928 por Agustín Caballero y dirigida por Mario Roncoroni, un drama

amoroso localizado en esos *horts* en su apogeo (García Hinarejos & Álvarez López, 2023).

La zona padeció diversos incendios forestales. En 2016 el fuego afectó a casi toda la extensión del Realenc con una severidad muy alta (García Post et al., 2016). Los terrenos que forman el paraje son de propiedad privada, aspecto importante para entender el conflicto, pero por sus caminos transitan de forma habitual los habitantes del *poble* para caminar, hacer deporte y disfrutar de la naturaleza. En 2021, tras un litigio de siete años, el Tribunal Supremo sentenció que los principales caminos que cruzan los terrenos eran públicos y podían ser transitados—ante la intención de cerrarlos por parte de la propiedad (Valencia Plaza, 2021a). Un año más tarde se generó una polémica tras saberse del proyecto de una planta fotovoltaica que ocuparía casi 200 hectáreas de extensión y generaría energía para 30.000 hogares, con una producción estimada de 200GWh/año (Cuquerella, 2021). El ayuntamiento presentó un informe técnico contrario, alegando el impacto ambiental “severo” (Valencia Plaza, 2021b). A parte de la oposición del consistorio—que generó fricción entre grupos municipales—, parte de los vecinos de Carcaixent se organizaron contra el proyecto bajo la plataforma Salvem el Realenc (en la población ya habían existido movimientos de oposición a proyectos urbanísticos en la zona).

Para realizar nuestro limitado estudio de caso implementamos un análisis de la cobertura periodística de este tema que, en el momento de escribir está, vivo y en evolución. Tras seleccionar un pequeño corpus de análisis procedimos a realizar una lectura en profundidad de los materiales. Se trata de una aproximación hermenéutica e interpretativa a esos textos publicados en medios locales. En este método cualitativo tomamos una perspectiva de lo que Paul Ricoeur entiende como texto e interpretación. Así, y aparte de la importancia del contexto, en nuestro análisis nos interesa exclusivamente el discurso que se extrae de los textos leídos e interpretados, también más allá de cualquier motivación de sus autores. Es lo que Ricoeur articula como procesos de “distanciación” y “apropiación” inherentes a la interpretación: “Interpretar, decimos, es apropiarse *aquí y ahora* de la intención del texto” (Ricoeur, 2016[1981], p. 123).³ La distanciación implica que el texto en sí expresa una intención—que no tiene relación necesaria con la autoría—mientras que apropiación implica un proceso hermenéutico en el que el lector utiliza ese texto para entenderse mejor a sí mismo. Es decir, no hay pretensión de buscar lo que Umberto Eco (2013[1990]) llama *intentio auctoris*, sino que el producto del trabajo hermenéutico se sitúa en interpretar la *intentio operis* (lo que dice el texto en referencia a su misma coherencia y contexto) y la *intentio lectoris* (lo que el texto significa para el que lo interpreta según sus propias referencias, conocimientos y deseos).

Así, es necesario que como investigador me situé respecto a esos textos. En mi caso, la aproximación al objeto de estudio la hace una persona nacida en Carcaixent que pasó su infancia y juventud en el *poble*, y que aún cuenta con familiares que viven allí. Conozco de primera mano el Realenc, por lo que experimento un sentido de lugar de la zona. Además, mis primeros pasos como profesional, hace más de veinticinco años, se dieron en una de las redacciones comarcales de uno de los periódicos que analizo, donde intenté practicar lo que aquí estamos definiendo como un periodismo de proximidad. Al margen de estas consideraciones, que me sitúan en relación con el texto, mi posición en torno a ese objeto de estudio es del distanciamiento propio del analista. El método no implementó

³ Cursiva en el original

entrevistas con miembros de las asociaciones sino que se centró en una lectura en profundidad de las piezas y materiales publicados. En este sentido, como hemos anotado y es propio de cualquier investigación, tiene limitaciones con relación al alcance de los resultados, de carácter interpretativo.

El corpus se obtuvo tras realizar una búsqueda cruzada del concepto “Realenc” en Factiva y los buscadores de los medios que cubren la zona desde el 1 de enero de 2017 al 30 de agosto de 2023. Se buscó el concepto en otros periódicos así como la temática hasta conseguir un corpus de 69 piezas (tras descartar las piezas irrelevantes) que corresponden a la cobertura periodística analizada (Tabla 1).

Tabla 1. Cobertura analizada del tema

Levante-EMV	44
Las Provincias	13
Ribera Express	7
Valencia Plaza	4
elDiario.es	1
Total	69

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, la cobertura más completa la realizó el diario *Levante-EMV*, una publicación que cuenta históricamente con un despliegue localizado y comarcalizado en Valencia. No solo cuantitativamente destaca, con más de la mitad de las piezas, sino que cualitativamente es el medio que relata de forma más completa el conflicto del Realenc y trabaja con más fuentes diversas—especialmente aquellas locales y cercanas a los movimientos ciudadanos. Es notable observar que, aunque este es un tema periodísticamente relevante, atendiendo a los resultados de Factiva, el caso del Realenc de Carcaixent pasó inadvertido para los medios estatales. Tan solo se encontró una pieza en el digital elDiario.es. Las agencias de información EFE o Europa Press no abocan resultados de este caso específico. A parte de esta muestra en periódicos, cabe destacar la identificación de dos coberturas de À punt, una en televisión y otra en radio que comentaré más adelante. Está claro que la problemática de la amenaza que interpretan los habitantes de Carcaixent a su sentido de lugar colectivo solo tiene cabida en el relato periodístico en estos medios cercanos. Desde un punto de vista local, por lo tanto, disponer de un periodismo de proximidad es crucial; podemos decir que esos reportajes y noticias implican, para esa comunidad, una forma de existencia pública.

Imagen 1. Camino de entrada al paraje d’El Realenc con una expresión de la protesta



Fuente: autor

3. RESULTADOS: REPORTANDO SENTIDOS DE LUGAR

Antes de 2022, cuando se conoció sobre el proyecto macroeólico en la zona y el conflicto con el consistorio, el Realenc ya tuvo cierta aparición en los medios, sobre todo en *Levante-EMV*. El ayuntamiento del *poble* había litigado con la propiedad para poder mantener abiertos los caminos de acceso a la zona. En 2017 un juzgado decidió a favor del consistorio, sentencia que se ratificó en 2021 por parte del Tribunal Supremo (Fandos, 2021a; Levante-EMV, 2017). Este periódico no solo informó de la noticia sino que aprovechó para divulgar sobre la historia del lugar. Gracias a ello, los lectores de ese periódico supieron que la condición del Realenc tiene sus orígenes en la conquista de Jaume I y la fundación del Regne de València, cuando el Rey se atribuyó numerosas propiedades montañosas y no cultivables (de aquí su nombre). La labor periodística indaga en un informe histórico de Francesc Torres y ofrece un relato para conocer el origen y usos anteriores. Así, el periódico explicó que las Corts otorgaron la propiedad a la villa el 1626, por lo que los montes del Realenc fueron comunales hasta que en el siglo XIX se empezaron a subastar las tierras tras la Constitución de Cádiz y la separación del patrimonio real y el del Estado. En 1879 se subastaron buena parte de las tierras (P.F., 2021; R.S., 2017). El Realenc fue por lo tanto tierra comunal, donde los habitantes habían pastoreado, talado y cazado desde tiempos remotos. Una de las características del periodismo que relata el sentido de lugar colectivo es precisamente la indagación sobre la historia de esos sitios y la relación que tuvieron los habitantes con ellos.

Cuando se dió a conocer el proyecto, los medios explicaron de qué se trataba. *Las Provincias* publicó una noticia destacando los beneficios sobre los que habían informado los promotores (Talavera, 2022c). Esta información replicó los aspectos positivos de la instalación, que también fueron publicitados por medios digitales sobre energías renovables de carácter más corporativo. La narrativa corporativa expone sobre una “estrategia agrivoltaica” que implicaría una planta que abastecería a más de 30.000 hogares (200GWh/año) y que permitiría producción agrícola, apícola y de pastoreo, además de proyectar entre 225 y 400 puestos de trabajo durante su construcción, una gran cantidad de impuestos para las arcas municipales y la contratación de personal del pueblo “siempre que sea posible” (El Mundo Ecológico. La actualidad de la economía sostenible, 2022; Energías Renovables. El periodismo de las energías limpias, 2022). Es interesante observar cómo en esas páginas e informaciones de tono más corporativo desapareció el nombre del *poble* del titular para substantivizar el de la planta (aunque más tarde en el subtítulo o la entrada sí que se ubica el municipio). El Realenc no se nombra en ninguna de las dos notas (se habla de “zona de ubicación”, aunque se dan detalles sobre biodiversidad, compatibilidad, sostenibilidad, etc. En la narrativa, el Realenc se convierte en la planta fotovoltaica de “Campos salados”.⁴

Por su parte, en *Levante-EMV* se mantuvo una dinámica informativa prudente ante el relato corporativo, reportando sobre las actuaciones del consistorio para “blindarse contra el descontrol de las plantas solares” (Moyano, 2021), y remarcando en los titulares los conceptos de “megacentral fotovoltaica” o “macroplanta” (Fandos, 2021b, 2021c), término este último que acabó usando *Las Provincias* en un titular bien adentrado el conflicto, con las movilizaciones más maduras y cuando Salvem el Realenc estaba recogiendo centenares de firmas contra el proyecto (Talavera, 2022b). Por lo que respecta a *À Punt*, no hemos incluido su cobertura en el estudio pero cabe comentar que la televisión dedicó unos minutos a reportar sobre esta temática en diciembre de 2021,

⁴ No tenemos datos de la motivación de este nombre, pero tildar de un campo de “salado” comporta una devaluación de la tierra sobre la que se quiere ubicar este parque solar.

aportando la voz del alcalde y un miembro de Salvem el Realenc (Tena, 2021).⁵ Éste expresó que el proyecto “altera, desde nuestro punto de vista, de forma decisiva y además definitiva, la relación de la ciudadanía de Carcaixent con su contexto rural y forestal”. En esa misma pieza, el periodista indicó que se había intentado sin éxito contactar con la empresa que proyectaba la planta. Salvem el Realenc también estuvo presente en el programa de radio “Pròxima parada” de *À Punt* explicando su punto de vista sobre el problema en el que se habla in-situ, desde El Realenc, lo que es un elemento a destacar del periodismo de proximidad (*À Punt*, 2022). En este sentido, la cadena pública ejerció la función propia de la radiotelevisión de proximidad que está en la base de la motivación de un sistema público audiovisual descentralizado y cercano que en el Estado español se forjó en los años noventa (de Moragas Spà et al., 1999).

Vemos que el periodismo de proximidad es una práctica profesional de distanciamiento tanto de las fuentes corporativas como de las activistas, pero que se acerca a ambas para obtener información y para interpretar los hechos. Mantener precaución de uso de los conceptos corporativos (verde, sostenible, renovable, limpio, etc.) que se van acumulando en los dossiers promocionales con fotografías de estudio (con espectaculares molinos en paisajes soleados o prados verdes y florecidos entre placas solares) e indagar en los aspectos técnicos y legales más complejos es una práctica crucial para mantener una calidad periodística.

El tema también se politizó en 2022, con algunas piezas que destacaron las desavenencias entre gobierno y oposición del ayuntamiento, puesto que el pleno llegó a reprovar al alcalde por haber firmado un decreto “resolviendo lo contrario de lo que se acordó”, al respecto de las resoluciones sobre los informes técnicos recibidos, a lo que el alcalde alegó que había remitido al Ministerio de Industria los acuerdos y su interpretación de los mismos (Martínez, 2022; Talavera, 2022a). Ante el conflicto político, los medios se reactivaron cayendo en el periodismo de declaraciones durante unos días. El periodismo de proximidad también tiende a la politización de los conflictos y el papel que juegan los medios de comunicación. El conflicto se genera en una dinámica de mediatización en la que instituciones y organizaciones toman partido. El marco del conflicto entonces despliega su dinámica narrativa de ganadores y perdedores, sencilla de entender pero que simplifica la complejidad (Castelló, 2012).

Por otra parte, el colectivo contrario al proyecto publicó un par de artículos en *Levante-EMV* exponiendo de forma razonada sus argumentos para oponerse al proyecto, firmados por un ingeniero forestal miembro de la plataforma (Dalmau, 2021, 2023). En el primero se expone de manera muy cercana y usando un lenguaje popular, los impactos a nivel hidrológico y paisajístico, y pone foco en el río Barxeta, que toma agua de la zona y que periódicamente se desborda—en 2020 produjo grandes problemas tras un aguacero (A.G/A.R, 2020). En el segundo se denunciaba un “colonialismo energético” y se expresaba un posicionamiento en contra de los macroproyectos con la “soberanía energética” de los habitantes sobre su territorio. La expresión de ser objeto de “colonialismo” podría ser chocante aplicada a un contexto valenciano, una noción que suele asociarse a comunidades de regiones mucho más empobrecidas del mundo o poblaciones indígenas (véase por ejemplo Sánchez, 2021). Volviendo a la definición antropológica de lugar-identidad que comentaba Lacarrieu, en este segundo artículo vemos un ejemplo de cómo el relato de un sentido de lugar colectivo está relacionado con

la identidad de sus habitantes. En este caso, tras enumerar toda una serie de razones técnicas y económicas, el autor cierra su artículo pronunciando la frase “tots a una veu” (todos a una voz”), que está contenida en el himno de la Comunitat.⁶ Uno de los marcadores del relato periodístico del sentido de lugar es que los medios den espacio donde poder exponer de forma cualitativa y razonada los argumentos de todas las partes, y crucialmente de las comunidades afectadas. En lugar de centrarse en acciones puntuales o anecdóticas—a menudo ridiculizantes—, este relato permite acceder a razonamientos alternativos y ricos que no tienen tantas posibilidades de ser diseminados como los materiales corporativos y patrocinados.

Como hemos visto, el proyecto del Realenc se nombró “Campos salados”. Franquesa (2023) ha señalado que este tipo de proyectos tienden a generar narrativas de devaluación que preceden a las actuaciones de implementación. Frente a eso, la estrategia de Salvem el Realenc genera una narrativa que presenta la zona como muy rica a nivel ambiental y patrimonial. Salvem el Realenc (2023) produjo un video que explicaba los aspectos positivos y de valor de esa parte del monte: los vestigios históricos, las zonas agrícolas, las oportunidades económicas y socioculturales. Ese video destaca valores que remarcan la cultura material pero también lo intangible. El uso de una producción comunicativa propia que permite controlar el relato es posible a través de contenidos textuales y audiovisuales, así como su divulgación por las redes. Frente a un relato en el que los terrenos parecen estar devaluados (“salados”), en los medios de proximidad y usos comunicacionales alternativos se remarcó justo lo contrario. Así, el colaborador de *Levante-EMV* en temas de patrimonio Tomás Rosselló (2023) publicó un artículo sobre la “Villa San José”, ubicada en ese espacio ahora “en peligro”. El artículo explica el valor arquitectónico e histórico de ese edificio y termina alertando que el proyecto fotovoltaico del Realenc “dañará gravemente su paisaje”. Por otra parte, el geógrafo oriundo del *poble*, Paco Tortosa (2023), publicó otro texto remarcando el valor de la zona, “montaña sagrada” de Carcaixent, y “pulmón verde” terminando literalmente con un grito de “Auxilio!” dirigido a los poderes públicos. En agosto de 2023 Salvem el Realenc presentó 2.916 firmas y *Levante-EMV* publicó otra pieza al respecto donde daba voz a representantes del movimiento en un conflicto que sigue abierto (Martínez, 2023).

4. CONCLUSION Y ORIENTACION FINAL

Se repite hasta la saciedad de que el periodismo está en crisis. No vamos a negar una crisis económica o incluso de valores. Aún así, creo que la mayoría de profesionales continúan ejerciendo decentemente su trabajo. A menudo de forma entregada y metódica, y casi siempre con muy pocos recursos. Las temáticas que involucran comunidades como las que hemos comentado son un espacio de oportunidad para recuperar la dignidad profesional del periodismo y su función social. La dignidad de las comunidades a las que informa el periodista y la dignidad profesional van de la mano en este sentido. Quizás el periodismo no “salve” a la ruralidad, pero la ruralidad es una oportunidad para hacer buen periodismo. Hemos ilustrado estas ideas con un ejemplo pero existen otros muchos. La Red de Periodistas Rurales (2023) dispone de un apartado donde explica algunas de estas historias a nivel estatal. En su web, el ilustre periodista Manuel Campo Vidal (2023) publicó un artículo en el que hace un paralelismo de las expropiaciones que tuvieron lugar en España durante la dictadura para construir pantanos y presas hidroeléctricas—y las

⁶ Con letra de Maximiliano Thous, el himno fue usado en la Exposición Universal de 1909 y adoptado oficialmente en 1982. La primera estrofa canta (en valenciano): “Per a ofrenar noves glòries a Espanya, tots a una veu, germans vingau (Para ofrendar nuevas glorias a España, todos a una voz, venid hermanos).

reubicaciones forzosas de las poblaciones—con la situación que en algunos lugares se está generando con la transición energética. Hoy, apunta Campo Vidal, tenemos derecho de asociación de los afectados, libertad de expresión de periodistas y activistas. No ejercer esos derechos sería aletargar la democracia.

Hemos visto que el sentido de lugar colectivo tiene en los medios de comunicación de proximidad un espacio, un foro para ser debatido. El periodismo de proximidad es, entre otros foros de debate público, lugar de negociación de ese sentido colectivo. Esos medios deben no solo informar sino ser accesibles a las comunidades para que se puedan expresar, evitando convertirse en meros altavoces de las narrativas corporativas o dejando de informar de situaciones en las que las corporaciones quizás prefieren mantener un tono comunicativo bajo, aletargado. Retomando el debate inicial, dar voz a esas comunidades no es otra cosa que hacer periodismo de calidad, el que mantiene una precaución ante los poderes políticos y económicos, un periodismo ético entendido como *watchdog*. En otro momento hemos remarcado que ese tipo de periodismo activa un “rural agéntico” (Castelló, 2023) en el que las comunidades son empoderadas con una capacidad en el proceso transformativo de sus territorios. Ese periodismo ético debe dar voz, agenciar, a dichas comunidades.

Hemos visto un caso de periodismo de proximidad aplicado a un conflicto específico, pero existen docenas de casos similares a este. No sólo en el ámbito de la energía renovable, también en procesos que implican transformaciones profundas del territorio, de los lugares donde viven y trabajan muchas personas cuyos universos simbólicos son periferizados. Esos casos no tienen por qué darse en espacios despoblados o remotos; la ruralidad en la que nos movemos se puede dar en conurbaciones, en ciudades pequeñas y medianas, zonas costeras o de interior, como hemos visto. Finalmente, hay que remarcar la necesidad del periodismo que opera en pequeñas capitales de comarca, ciudades medianas y municipios que mantienen ciertas estructuras comunicativas, a menudo con medios muy escasos, digitales y con equipos limitados. Uno de los elementos relevantes es la importancia de que las historias firmadas por periodistas van localizadas desde el *poble*, desde tu ubicación. Leer tu municipio en los medios como lugar desde donde se escribe, o escuchar a uno de tus vecinos, en tu lengua propia—aspecto que genera y está en la base del sentido de lugar—, sentir y observar que existes en el debate público y que se habla de tu entorno de forma cualitativamente adecuada, con argumentos y sin estridencias, es valorizar tu espacio, una contribución al mantenimiento de una dignidad colectiva que está en la base los sentidos de lugar de las comunidades.

5. FINANCIACION

Este artículo forma parte del proyecto “Nuevos imaginarios del rural en la España contemporánea: cultura, documental y periodismo” (PID2021-122696NB-I00) financiado por MCIN/ AEI /10.13039/501100011033/ y por FEDER Una manera de hacer Europa

6. REFERENCIAS

A.G/A.R. (2020, noviembre 25). El Barxeta llega más lejos que nunca. *Levante-EMV*, 23-26. <https://www.levante-emv.com/ribera/2020/11/25/barxeta-llega-lejos-25601825.html>

À punt (2022, octubre 12) Pròxima parada. Segona hora. *À punt radio*. https://www.apuntmedia.es/programes/proxima-parada/complets/12-10-2022-proxima-parada-segona-hora_135_1552790.html.

Alós, Carlos (2015, marzo 29) Los regantes de Carcaixent recortan poder a los propietarios con más tierra por primera vez. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/comarcas/2015/03/29/regantes-carcaixent-recortan-propietarios-tierra-12599970.html>

Andrés Cabello, Sergio (2021). *La España en la que nunca pasa nada. Periferias, territorios intermedios y ciudades medias y pequeñas*. Ediciones Akal.

Badal, Marc (2017). *Vidas a la intemperie: Nostalgias y prejuicios sobre el mundo campesino*. Pepitas de calabaza & Cambalache. Logroño.

Barney, Ralph D. (2008). Community journalism: Good intentions, questionable practice. *Mass Communication and Society*, 11(3), 140-151. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1103_2

Bauman, Zygmund (2010) *Mundo. Ética del individuo en la aldea global*. Paidós. Barcelona.

Baylina, Mireia (2019) La mujer como eje vertebrador de la nueva ruralidad. En Cejudo, Eugenio y Navarro, Francisco (eds). *Despoblación y transformaciones sociodemográficas de los territorios rurales: los casos de España, Italia y Francia – 2019. Perspectives on rural development*, 3: 153-176. Salento University Publishing.

Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas (1995). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires.

Campo Vidal, Manuel (2023, junio 24). De aquellos Pantanos a estos parques de Renovables. Red de Periodistas Rurales. <https://reddeperiodistasrurales.com/de-aquellos-pantanos-a-estos-parques-de-renovables/>

Canovaca, Enrique (2019). *Periodisme digital amb valor. Claus per a la sostenibilitat de la premsa*. Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València Servei de Publicacions. Bellaterra, Castelló, Barcelona, València.

Carrillo, Nereida (2013). El género-tendencia del infoentretenimiento: definición, características y vías de estudio. En C. Farré (Ed.), *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo* (pp. 33-58). Editorial UOC. Barcelona

Castelló, Enric (2010a) Dramatizing proximity: Cultural and social discourses in soap operas from production to reception. *European Journal of Cultural Studies*, 13(2): 207-223. <https://doi.org/10.1177/1367549409352274>

Castelló, Enric (2010b) Framing news on risk industries: Local journalism and conditioning factors. *Journalism*, 11(4): 463-480. <https://doi.org/10.1177/1464884910367592>

Castelló, Enric y O'Donnell, Hugh (2011) Stateless fictions: Rural and Urban Representations in Scottish and Catalan Soaps. En E. Castelló, A. Dhoest y H. Donnell (Eds) *The Nation on Screen. Discourses of the National on Global Television*. Cambridge Scholars Publishing. Newcastle upon Tyne, (pp. 45-64).

Castelló, Enric (2012) Conflicto político y medios: marcos, narrativas y discursos. En Castelló, E (Ed) *La mediatización del conflicto político. Discursos y narrativas en el contexto español*. Laertes: Barcelona, (pp. 9-38).

Castelló, Enric (2019) Comunicación política, conflicto y posverdad: el rol estratégico de la metáfora y los marcos interpretativos. En Capdevila, A. y Moragas, C. (eds) *Usos políticos de la metáfora. Medios, instituciones y ciudadanía en la definición de conflictos en la esfera pública*. Icaria. Barcelona.

Castelló, Enric (2023a) Voices from the Emptiness. Developing the agentic rural on Spanish television, *Critical Studies in Television. The International Journal of Television Studies*, First published on-line 26 September.
<https://doi.org/10.1177/17496020231202511>

Castelló, Enric (2023b) The resituated rural: exploring narratives beyond the empty Spain. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 24(4): 529-544.
<https://doi.org/10.1080/14636204.2023.2272044>

Cerarols, Rosa y Nogué, Joan (2022) Introducció. En Cerarols, Rosa y Nogué Joan (eds). *L'altre món rural. Reflexions i experiències de la nova ruralitat catalana*. Tigre de paper. Manresa, (pp. 5-12).

Cuquerella, Toni (diciembre, 7) Carcaixent se moviliza contra un proyecto de macroplanta fotovoltaica que podría favorecer inundaciones. *elDiario.es*.
https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/carcaixent-moviliza-proyecto-macroplanta-fotovoltaica-favorecer-inundaciones_1_8544643.html

Dalmau, Ferran (2021, noviembre 7). Renovables sí, però no així. *Levante-EMV*.
<https://www.levante-emv.com/ribera/2021/11/07/renovables-aixi-59244862.html>

Dalmau, Ferran (2023, abril 2). Colonialismo energético. *Levante-EMV*.
<https://www.levante-emv.com/ribera/2023/04/02/colonialismo-energetico-energias-renovables-castello-carcaixent-solares-85433898.html>

de Moragas Spà, Miquel, Garitaonandía, Carmelo y López, Bernat (1999). Televisión de proximidad en la era digital: razones para el optimismo. En de Moragas Spà, Miquel, Garitaonandía, Carmelo y López, Bernat (Eds) *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital* (pp. 15-38). Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València Servei de Publicacions. Bellaterra, Castelló, Barcelona, València.

Eco, Umberto (2013[1990]). *Los límites de la interpretación*. Random House Mondadori. Barcelona.

El Mundo Ecológico. La actualidad de la economía sostenible. (2022, enero 26). La planta fotovoltaica de Campos Salados suministrará energía a más de 30.000 hogares. *El Mundo Ecológico*.
<https://www.elmundoecologico.es/noticias-energias-renovables-energia-sostenible/fotovoltaica-campos-salados-carcaixent-falck-renewables-30-000-hogares/>

Energías Renovables. El periodismo de las energías limpias. (2022, enero 11). El proyecto Campos Salados suministrará energía a más de 30.000 hogares en Valencia.
<https://www.energias-renovables.com/fotovoltaica/el-proyecto-campos-salados-suministrara-energia-a-20220111>

Fandos, Pascual. (2021a, febrero 19). Carcaixent logra que la mayoría de caminos del Realenc sean públicos. *Levante-EMV*.

<https://www.levanteemv.com/ribera/2021/02/19/carcaixent-logra-mayoria-caminos-realenc-35086760.html>

Fandos, Pascual (2021b, noviembre 19). Carcaixent se moviliza contra la macroplanta fotovoltaica. *Levante-EMV*, <https://www.levante-emv.com/ribera/2021/11/19/carcaixent-moviliza-macroplanta-fotovoltaica-realenc-59690276.html>

Fandos, Pascual (2021c, diciembre 1). Carcaixent rechaza la megacentral fotovoltaica por su impacto «severo». *Levante-EVM*, 7-9. <https://www.levante-emv.com/ribera/2021/12/01/carcaixent-rechaza-megacentral-fotovoltaica-impacto-60169494.html>

FCIC, Fundació del Consell de la Informació de Catalunya (2016) *Código deontológico*. <https://fcic.periodistes.cat/es/codi-deontologic/>.

Franquesa, Jaume (2023). *Molinos y gigantes. La lucha por la dignidad, la soberanía energética y la transición ecológica*. Errata naturae.

Freixa, Vanesa (2023). *Ruralismes*. Ara Llibres.

Galtung, Johan y Ruge, Mari H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of International Peace Research*, 2, 64-90.

García Hinarejos, Dolores y Álvarez López, Pau (2023). «Voluntat». *Agustín Caballero, fent cinema a Carcaixent (1928)*. Edicions 96.

García Post, Ricardo, Soriano Sancho, José Luis y Botella Martínez, Miguel Ángel (2016). Informe Post Incendio Carcaixent 16/06/2016. https://prevencionincendiosgva.es/Documents/Uploads/InformesPostIncendio/019_2016_Ipost_IF_Carcaixent_16_06_2016_20171103100052.pdf

Ginés Sánchez, X., y Querol Vicente, V. A. (2019). Construcción social de lo rural y Nueva Ruralidad. Una aproximación al marco de interpretación de lo rural de agentes políticos y sociales. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19(1), 37. <https://doi.org/10.7201/earn.2019.01.03>

Goffman, Ervin (2009[1963]). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu. Buenos Aires.

Gomis, Lorenzo (2008). *La teoría de los géneros periodísticos*. UOC.

Hall, Stuart (1980). Encoding/Decoding in Television Discourse. En Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, y Paul Willis (Eds.), *Culture, media, language*. Hutchinson.

Harcup, Tony, y O'Neil, Deirdre (2001). What is News? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.

Harcup, Tony, y O'Neill, Deirdre (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>

Heidegger, Martin (2008[1927]) *Being and time*. Harper & Row. New York.

Hess, Kristy y Waller, Lisa (2014). Geo-Social Journalism: Reorienting the study of small commercial newspapers in a digital environment. *Journalism Practice*, 8(2), 121-136.

Institut Valencià d'Estadística. (2022). Carcaixent. Fitxa municipal 2022. <https://pegv.gva.es/auto/scpd/web/FITXES/Fichas/46083.pdf>

- Jamieson, Kathleen H., y Cappella, Joseph H. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.
- Janowitz, Morris (1952). *The community press in an urban setting*. University of Chicago Press.
- Kapuściński, Ryszard. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama.
- Lacarrieu, Mónica (2013). Entre el “lugar antropológico” y el “lugar disputado”: hacia una “antropología del lugar”. *Sociedade e Cultura*, 16(1), 15-26.
- Levante-EMV. (2017, mayo 7). El juez declara públicos los caminos de Carcaixent cortados por una empresa. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/ribera/2017/05/07/juez-declara-publicos-caminos-carcaixent-12213600.html>
- Lewicka, Maria (2005). Ways to make people active: The role of place attachment, cultural capital, and neighborhood ties. *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 381-395. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.10.004>
- Lewicka, Maria (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31(3), 207-230. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.10.001>
- Lowrey, Wilson, Brozana, Amanda y Mackay, Jenn. B. (2008). Toward a measure of community journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275-299. <https://doi.org/10.1080/15205430701668105>
- Martínez, Òscar (2022, marzo 5). El PP pide reprobar a Salom y el alcalde le reclama la censura. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/ribera/2022/03/05/pp-pide-reprobar-salom-alcalde-63451072.html>
- Martínez, Òscar (2023, agosto 17). Salvem el Realenc presenta 3.000 firmas contra la megaplanta solar de Carcaixent. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/ribera/2023/08/17/salvem-realenc-presenta-3-000-firmas-megaplanta-solar-carcaixent-91066368.html>
- Macía Mercadé, Juan and López García, Xose (2007) *Periodismo de proximidad*. Síntesis. Madrid.
- Mersey, Rachel D. (2009). Online news users’ sense of community: Is geography dead? *Journalism Practice*, 3(3), 347-360. <https://doi.org/10.1080/17512780902798687>
- Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación. (2021). Demografía de la población rural en 2020. *Afroinfo*, 31, 1-7. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/ayp_demografiaenlapoblacionrural2020_tcm30-583987.pdf
- Moyano, Sergi. (2021, julio 14). Carcaixent se blindo contra el descontrol de las plantas solares. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/ribera/2021/07/14/carcaixent-blinda-descontrol-plantas-solares-54997492.html>
- Nogué, Joan (2015). Sentido del lugar, paisaje y conflicto. Geopolítica(s). *Revista de estudios sobre espacio y poder*, 5(2), 155-163. https://doi.org/10.5209/rev_geop.2014.v5.n2.48842
- O’Donnell, Hugh (2014). Noticias y ciudadanía: *El telespectador, el poder y el debate público*. Ediciones de la Torre.

- Ortell Badenes, Sara (2014). Los criterios de noticiabilidad periodística en los programas de infoentretenimiento. *Textual & Visual Media*, 7, 207-220.
http://textualvisualmedia.com/images/revistas/07/44articulos/criterios_noticiabilidad.pdf
- P.F. (2021, febrero 28). El Patrimonio Real alcanzaba la mitad del término municipal. *Levante-EMV*, 7-10. <https://www.levante-emv.com/ribera/2021/02/28/patrimonio-real-alcanzaba-mitad-termino-35889925.html>
- Perkins, Harvey C. (2006) Commodification: re-resourcing rural areas. En P. Cloke, T. Marsden and P. Mooney (eds.) *Handbook of Rural Studies*, Sage, London, (pp 243-258).
<https://doi.org/10.4135/9781848608016>
- Pla, Josep (2014[1952]) *El pagés i el seu món*. Edicions 62. Barcelona.
- Phillips, Martin, Fish, Rob y Agg, Jennifer (2001). Putting together ruralities: Towards a symbolic analysis of rurality in the British mass media. *Journal of Rural Studies*, 17(1), 1-27. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(00\)00015-2](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(00)00015-2)
- Puyal i Ortiga, Joaquim Maria (2011). *Aicnàlubma. Reflexions sobre la societat i els mitjans. Propostes per a la nova televisió*. Columna.
- Randall, David (1999). *El periodista universal*. Siglo XXI.
- Red de Periodistas Rurales. (2023). Historias de la Transición Ecológica y Despoblación. <https://reddeperiodistasrurales.com/category/historias-de-la-transicion-ecologica-y-despoblacion/>
- Tortosa, Paco (2023, marzo 25). Renovables sí, pero no así. El cas de la Muntanya del Realenc a Carcaixent. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/opinion/2023/03/25/renovables-asi-cas-muntanya-realenc-85133419.html>
- Ricoeur, Paul (2016). *Hermeneutics and the human sciences. Essays on language, action and interpretation*. Cambridge University Press.
- Roselló, Tomás (2023, agosto 15). Un hort en un paradís de Carcaixent en perill. *Levante-EMV*, 3. <https://www.levante-emv.com/ribera/2023/08/15/hort-paradis-carcaixent-perill-90981589.html>
- R.S. (2017, junio 3). Gran parte de las propiedades del monte eran patrimonio real. *Levante-EMV*. <https://www.levante-emv.com/ribera/2017/06/03/gran-parte-propiedades-monte-patrimonio-12196761.html>
- Safranski, Rüdiger (2018). *Romanticismo*. Tusquets Editores.
- Salvem el Realenc. (2023). *Salvem el Realenc. Renovables sí pero no así*. Youtube. <https://youtu.be/5U0hNkItRok?feature=shared>
- Sánchez Contreras, Josefa (2021). Mujeres comunales y colonialismo energético. *Revista de la Universidad de México*, 871, 55-61.
<https://www.revistadelauniversidad.mx/articulos/3b7906a3-22bc-4878-9d17-019ef5d12c08/mujeres-comunales-y-colonialismo-energetico>
- Seamon, David (2022). Sense of place. En Douglas Richardson, Noel Castree, Michael F. Goodchild, Audrey Kobayashi, Weidong Liu, y Richard A. Marston (Eds.), *The International Encyclopedia of Geography. People, the Earth, Environment and Technology*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.21248/gkjf-jb.87>
- Short, Brian (2006). Idyllic ruralities. En P. Cloke, T. Marsden, & P. H. Mooney (Eds.), *Handbook of rural studies* (pp. 131-148). Sage.

- Talavera, A. (2022a, marzo 31). El pleno de Carcaixent reprueba al alcalde por usar de forma «partidista» las instituciones. *Las Provincias*. <https://www.lasprovincias.es/ribera/pleno-carcaixent-reprueba-20220331145100-nt.html>
- Talavera, A. (2022b, abril 29). Los vecinos de Carcaixent se movilizan contra las dos macroplantas fotovoltaicas. *Las Provincias*. <https://www.lasprovincias.es/ribera/vecinos-carcaixent-movilizan-20220429180700-nt.html>
- Talavera, A. (2022c, enero 11). La planta fotovoltaica proyectada en Carcaixent prevé iniciar las obras en 2023 para abastecer a 30.000 viviendas. *Las Provincias*. <https://www.lasprovincias.es/ribera/planta-fotovoltaica-proyectada-20220111154737-nt.html>
- Tang, Chenxi (2008). *The Geographic Imagination of Modernity: Geography, Literature, and Philosophy in German Romanticism*. Stanford University Press.
- Taylor, Claire E., Lee, Jung-Sook y Davie, William. R. (2000). Local Press Coverage of Environmental Conflict. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(1), 175-192. <https://doi.org/10.1177/107769900007700113>
- Tena, Félix. (2021). Oposició veïnal a Carcaixent contra d'una planta solar. *À Punt*. https://www.apuntmedia.es/programes/a-la-ventura/clips/oposicio-veinal-carcaixent-d-una-planta-solar_134_1473563.html
- Tuan, Yi-Fu (1975). Place: An Experimental Perspective. *Geographical Review*, 65(2), 151-165.
- Tuan, Yi-Fu (1979). Space and place: Humanistic perspective. En S. Gale & G. Olsson (Eds.), *Philosophy in Geography* (pp. 387-427). Springer Dordrecht.
- Valencia Plaza. (2021a, febrero 19). El Supremo confirma la titularidad municipal de la mayoría de caminos del Realenc de Carcaixent. *Valencia Plaza*. <https://valenciaplaza.com/el-supremo-confirma-la-titularidad-municipal-de-la-mayoria-de-caminos-del-realenc-de-carcaixent>
- Valencia Plaza. (2021b, noviembre 30) Carcaixent se opone a la macroplanta fotovoltaica porque temen un “impacto medioambiental severo”. *Valencia Plaza*. <https://valenciaplaza.com/carcaixent-opone-macroplanta-fotovoltaica-temen-impacto-medioambiental-severo>
- Vecco, Marilena (2020). Genius loci as a meta-concept. *Journal of Cultural Heritage*, 41, 225-231. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2019.07.001>