

**Josep-Lluís Gómez Mompart**Catedràtic de Periodisme.  
Col·lectiu Ricard Blasco

Espacio abierto

## UNA NOVA RTVV PER A UN PAÍS NOU

Fa poc més de mig segle, el País Valencià era una societat tradicional de base agrària que **Joan Fuster** va descriure en *Nosaltres els valencians*. En poques dècades, hem passat per una industrialització anàrquica que ha provocat desajustos en l'estructura social. El país respon ara a un model postindustrial amb més del 60 % de la població activa en el sector terciari i menys del 4 % ocupada en l'agricultura. Aquesta modernització accelerada ha dislocat la cultura tradicional i ha clivellat la cohesió social. Convé no oblidar, a més, les altes taxes d'atur que ens situen per damunt de la mitjana espanyola i que plantegen greus problemes estructurals d'exclusió i de marginació. Els valencians som, finalment, una societat fracturada i sense els espais de consens sociocultural imprescindibles. En aquest context, les eleccions autonòmiques del 24 de maig són una immillorable ocasió perquè el govern resultant lideri un procés de modernització econòmica i sociocultural que tinga per objectiu un (nou) model productiu i de país.

Al nostre entendre, la reobertura de la RTVV es presenta com una aposta estratègica al voltant de la qual s'ha de dissenyar aquest doble objectiu. Això, des del convenciment que el sector públic de la comunicació és tan determinant per a la cohesió social com el de l'ensenyament, la sanitat o els serveis anomenats socials. En aquest marc, el nou govern hauria de (re)ordenar l'espai públic de la comunicació —amb RTVV com a pal de paller— amb criteris d'eficiència econòmica i d'inversió sociocultural tot bandejant els discursos tacticistes de partits polítics i grups d'interès. La història del sector audiovisual —raqüític abans de RTVV— ha evolucionat en paral·lel al decurs d'una societat que produeix més serveis que mercaderies, amb una distribució ocupacional amb preeminència professional i tècnica on destaca —millor dit: on hi hauria de destacar— el coneixement

com a font d'innovació i desenvolupament. Aquest va ser l'èxit inicial de RTVV. El desmantellament progressiu del sector va coincidir amb la caiguda de la demanda —«la voluntat i capacitat de consum»— per part de l'ens públic radiotelevisiu, sobretot a partir de 1995, amb l'arribada del PP a la Generalitat. Les empreses que es van constituir al socaire de RTVV —doblage i producció, amb els subsectors conexas— han desaparegut o a penes subsisteixen amb una activitat molt per davall de la seua capacitat productiva, en situacions d'extrema gravetat i sense possibilitats de creixement en el mercat obert. Abans del tancament de RTVV, el sector audiovisual valencià estava atomitzat en unes 140 empreses i facturava al voltant de 30 milions d'euros a l'any, xifres molt llunyanes a allò que representa aquest mateix sector, per exemple, a Madrid, Catalunya o Galícia. La nova RTVV ha de concebre's, per tant, com l'actor principal de l'anomenada economia creativa pel seu impacte cultural i econòmic. Pensem que a Madrid l'ocupació en el sector cultural supera el 5 % de la població activa; a Catalunya no arriba al 4 % i al País Valencià al voltant de l'1 %. Amb tot, el sector audiovisual valencià hauria d'establir el propi camí, més enllà del tutelatge de RTVV. Lluny d'atorgar-li aquesta funció a RTVV, la Generalitat ha d'assumir el lideratge de les indústries culturals amb la creació d'una Conselleria de les Indústries Culturals o departament de gestió directa que establisca els corresponents objectius del sector i que en coordine tota la política pública. En aquest sentit, la radiotelevisió pública ha de ser un centre de producció *transmèdia* de programes i serveis infocomunicatius i, alhora, el principal client de la indústria creativa privada.

La nostra proposta comporta una visió estratègica tal com ho van fer al seu moment el Regne Unit, els EUA o els països nòrdics, entre altres. Segons l'Enquesta Mundial de Valors (2008), el país més satisfet del món és Dinamarca, un país on les indústries culturals són una de les forces motrius de l'economia experimental i cultural. El recent èxit de la sèrie *Borgen*, produïda per la televisió pública danesa, n'és el darrer símbol. El *Llibre Verd de l'Economia Creativa per a la Regió Nòrdica* (2007) n'és el full de ruta. Complementàriament, el grup KreaNord elabora recomanacions per a Dinamarca, Finlàndia, Islàndia, Noruega i Suècia que són seguides sense presses tàctiques en aquell nord enllà. D'afegit, estudis actuals de l'EBU (European Broadcasting Union) palesen que, entre tot allò que consumeixen audiovisualment els ciutadans europeus, el 78 % són de continguts nacionals o de proximitat. I la producció solvent i continuada d'aquesta mena de continguts només la poden assegurar els mitjans públics de qualitat i les productores autòctones sota supervisió democràtica.

El nou govern de la Generalitat ha de marcar-se com a objectiu que l'economia de la cultura i de la comunicació ha d'arribar, si més no, al 5 % del PIB valencià, llinar d'impacte sobre l'economia del país. Hem de bandejar, a l'efecte, la concepció estrictament ideològica (i elitista, mítica i falsa) de la cultura allunyada de la seua dimensió econòmica (industrial i comercial). Les indústries de la cultura constitueixen una àrea productiva creixent al marge fins i tot del seu valor ideològic o superestructural. Enmig de la característica determinant del sector —concentració de capital— un govern valencià de progrés ha d'impulsar una radiotelevisió pública potent, allunyada de les versions anorèctiques d'encuny neoliberal i, de retruc, una indústria diversa. No oblidem que més del 95 % del teixit industrial valencià són pimes mancades de demanda sostinguda. La desviació de capital industrial cap a la construcció i el turisme de platja —amb el subproducte de la bombolla immobiliària— ha estat letal per a l'estructura productiva del país, ja que, segons dades de **Josep-Antoni Ybarra** (2014), entre 2008 i 2013, el País Valencià ha perdut vora 40.000 empreses d'entre 10/12 empleats, cosa que ha abocat 450.000 valencians a l'atur.

En aquest sentit, proposem, d'entrada, un pacte de mínims sobre el qual assentar polítiques compartides per tot l'espectre sociocultural —llengua, cultura i comunicació— amb la creació d'una nova RTVV al capdavant d'un gran projecte econòmic i sociocultural que hauria d'impulsar el nou govern de progrés. Davant de les agressives polítiques contra el sector públic imposades amb la bandera de l'austeritat, necessitem un model de radiodifusió que complisca les tradicionals missions d'un servei públic: una empresa de comunicació capaç de competir amb els grups de titularitat privada i de generar una demanda de continguts i serveis al sector privat. Tot això pren una dimensió especial després de la implantació fraudulenta de la TDT que exigeix la revisió del mapa comunicatiu valencià. Com a primera passa, s'imposa, en qualsevol cas, un pacte entre els actors polítics i econòmics que recupere RTVV —tot fent un bon i nou *reset*— i que, per mitjà d'un pla director, la dote de viabilitat econòmica, independència dels òrgans de govern, model empresarial i autonomia professional. I això depèn, no hem d'enganyar-nos, del recompte de vots la nit del 24 de maig.

[El Col·lectiu Ricard Blasco està format també per **Toni Mollà** (periodista i sociòleg), **Mònica Parreño** (doctora en Filosofia), **Manuel S. Jardí** (periodista i sociòleg) i **Rafael Xambó** (professor de Sociologia). Són els autors de «Reset RTVV. Per unes polítiques de comunicació al servei de la societat».]

## Sobre amores y política

**Abel Ros**

SOCIÒLOGO



► Gabriela y José se han separado. Se han separado porque no echaron suficientes troncos a la lumbre en las frías noches de enero. No olvidemos que Gabriela, durante cuatro años, no quiso saber nada de hombres. Antes de esta relación, estuvo casada cinco años. Felizmente casada, hasta que descubrió que su ex —el mismo que le regalaba bombones de Mercadona el día de Nochebuena— se acostaba con Andrea, una compañera de oficina. Una hostia en toda regla, para odiar, durante una larga temporada, al mejor de los galanes.

Después de la noticia, recibí un wasap de Manolo. Manolo es un viejo amigo que conocí en la Cruz Roja. Nos conocimos allá por el noventa y seis, cuando hicimos la Prestación Social Substitutoria. Aunque no nos parecemos en nada —él es de derechas y yo de izquierdas; él economista y yo sociólogo; él rubio y yo moreno; él creyente y yo ateo; a él le gustan las morenas y a mí las rubias; a él le gusta el baloncesto, a mí, el atletismo— entre los dos, hay una cosa que nos une. Esa cosa

### La caja negra

POR PADYLLA



es la tolerancia. Podemos hablar de política, economía y religión desde trincheras enfrentadas. Podemos tirarnos los platos como dos jubilados después de treinta años de casados; pero a los pocos minutos, somos como jugadores de rugby. Tenemos el *tercer tiempo*, donde nos tomamos un par de cervezas,

y tan amigos como siempre. Pues bien, quedé con él para tomar un café en el África. Durante el café, le conté el chisme de Gabriela y, no sé como demonios, terminamos hablando de política.

Manolo es un conservador de pura cepa. Viste con camisetas de marca; peina a lo Nico-

lás; ha estudiado en un colegio de curas y, siempre ha defendido que la mejor política social es la economía. Recuerdo que en los tiempos de **Aznar**, su ídolo era **Rato**. Tanto es así, que estudió ciencias empresariales en una universidad de pago. Cuando lo vi, le pregunté —con toda la maldad del mundo— por su amiguito Rato. Me dijo que estaba muy desengañado con el *pepé*. Tanto, que se estaba pensando seriamente si no acudir a votar, si votar en blanco o, votar a Ciudadanos. Ciudadanos era la alternativa perfecta para castigar al PP sin traicionar a su ideología. Su desengaño con el *pepé* era el mismo que sentía Gabriela con los hombres. Un desengaño basado en la frustración, que sienten los enamorados cuando su pareja no cumple con las expectativas.

Cuando llegué a casa, puse la Sexta; estaban hablando de **Monedero**. El cofundador de Podemos se sentía «totalmente traicionado» por los suyos. Según el politólogo, Podemos se parecía cada día más a «la casta». Tras la noticia, le envié un wasap a Jacinto. Decía así: «Monedero abandona a Pablo». Jacinto es un forofo de **Pablo Iglesias**. Tanto es así, que cuando habla de política, simula hasta el mismo tono de voz que *el coletas*. Para él, Monedero es el **Alfonso Guerra** de los tiempos de **Felipe**. Jacinto me responde: «Se ha producido la primera crisis de la pareja». La misma que sufren muchos enamorados cuando cumplen el primer año de casados, le contesté.