

DEPARTAMENT TEORIA DELS LENGUATJES

DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES EN LA
DIFUSIÓN AUDIOVISUAL DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-
ARTÍSTICO VALENCIANO

SEBASTIÁN SÁNCHEZ CASTILLO

UNIVERSITAT DE VALENCIA
Servei de Publicacions
2009

Aquesta Tesi Doctoral va ser presentada a València el dia 9 de desembre de 2008 davant un tribunal format per:

- D. José María Bernardo Paniagua
- D^a. Teresa Mercado Sáez
- D^a. Andreu Casero Ripolles
- D. José Prosper Ribes
- D. Rosanna Mestre Pérez

Va ser dirigida per:

D. Josep Montesinos Martínez

D. Miquel Frances Domènech

©Copyright: Servei de Publicacions
Sebastián Sánchez Castillo

Depòsit legal:

I.S.B.N.:978-84-370-7449-8

D.L.:V-1340-2009

Edita: Universitat de València
Servei de Publicacions
C/ Artes Gráficas, 13 bajo
46010 València
Spain
Telèfon: 963864115

TESIS DOCTORAL
DE
Sebastián SÁNCHEZ CASTILLO

**DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES EN LA
DIFUSIÓN AUDIOVISUAL DEL PATRIMONIO
HISTÓRICO-ARTÍSTICO VALENCIANO.**



Directores:

- Dr. D. Miquel FRANCÉS DOMÈNECH
Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad

- Dr. D. Josep MONTESINOS MARTÍNEZ
Profesor Titular de Historia del Arte

Universitat de València (Estudi General)
Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació
Dpt. de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

VALÈNCIA 2008

Parte I

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

PARTE I

Prefacio (8)

Notas de agradecimiento (11)

Capítulo 1º: Delimitación del objeto de estudio

1.1. Elección del tema (14)

1.2. Hipótesis y objetivo de la tesis

1.2.1. Objetivo formal de la investigación (24)

1.2.2. Objetivo material de la investigación (30)

1.3. Método de investigación (34)

1.4. Presupuestos epistemológicos (40)

PARTE II

Capítulo 2º: Transformaciones culturales debidas al impacto televisivo.

2.1. La televisión como socializadora del patrimonio Histórico-Artístico (48)

2.2. Mediatización de la realidad cultural valenciana (82)

2.3. En busca de nuevas formas simbólicas mediáticas culturales en el panteísmo televisivo (102)

Capítulo 3º: La generación de archivos audiovisuales sobre patrimonio histórico-artístico.

3.1. Difusión audiovisual de contenidos culturales. Propuesta de definición (124)

3.1.1. El proceso sociocultural y educativo de la televisión en la difusión del arte y el patrimonio (154)

3.1.2. La cultura mediática. Una indiscutible *paideia* (162)

3.1.3. La neotelevisión en el nuevo mosaico audiovisual (184)

- 3.2. La especialización periodística en la difusión audiovisual del arte y patrimonio **(206)**
- 3.2.1. Simbiosis entre patrimonio histórico-artístico e información. Informar y conocer para proteger **(216)**
- 3.3. Programación Histórico-Artística en Televisión. El contenido audiovisual como patrimonio cultural **(234)**
- 3.3.1. Programación sobre patrimonio cultural en las televisiones públicas. Un verdadero oropel mediático **(250)**
- 3.3.2. La conciencia cultural en las televisiones públicas **(262)**
- 3.3.3. Iniciativas culturales en Canal 9. Búsqueda de una rentabilidad social **(268)**
- 3.4. Análisis de programas sobre patrimonio cultural con formato de debate **(292)**
- 3.4.1. *Enquadres* (1990-1992) **(296)**
- 3.4.2. *L'esfera de la cultura* (1994-1996) **(302)**
- 3.4.3. *Colp d'ull*. Un caso paradigmático (1996-2003) **(308)**
- 3.4.4. *Encontres* (2005-2007...) **(326)**
- 3.4.5. Conclusiones estadísticas **(336)**
- 3.5. Análisis de documental o episodios seriados **(344)**
- 3.5.1. *Valencians que fan història* (1994) **(346)**
- 3.5.2. *Viatgem per casa* (1996) **(350)**
- 3.5.3. *Les festes* (1997) **(352)**
- 3.5.4. *Mirar un quadre* (1998) **(356)**
- 3.5.5. *Viatjar sense bitllet* (1998) **(364)**
- 3.5.6. *La casa de la mirada* (2000) **(368)**
- 3.5.7. *Museos de la Comunitat Valenciana* (2000) **(372)**
- 3.5.8. *Monuments. Histories vives* (2001-02) **(374)**
- 3.5.9. *La Finestra indiscreta* (2002) **(376)**
- 3.5.10. *Els castells en el temps* (2003) **(386)**

3.5.11. *De festa le vespra* (2004-05) **(390)**

3.5.12. *Les cartoixes Valencianes* (2006) **(396)**

3.6. Función didáctica de los contenidos audiovisuales sobre patrimonio cultural **(406)**

3.7. Aplicaciones de las TIC/TCU en la difusión del patrimonio histórico-artístico **(424)**

3.8. Convergencia tecnológica y multiplataformas en la difusión audiovisual del patrimonio cultural valenciano **(432)**

PARTE III

Capítulo 4º. Conclusiones generales

4.1. Conclusiones finales de la investigación **(452)**

4.2. Documentación bibliográfica y fuentes documentales

4.2.1. Bibliografía **(466)**

4.2.2. Principales Webs **(488)**

4.3. Anexos y tablas de datos

4.3.1. Tabla 1. Producciones culturales en TVV (1989-2007) **(492)**

4.3.1. Tabla 2. *Enquadres* (1990-1992) **(498)**

4.3.2. Tabla 3. *L'esfera de la cultura* (1994-1996) **(512)**

4.3.3. Tabla 4. *Colp d'ull* (1996-2003) **(532)**

4.3.4. Tabla 5. *Encontres* (2005-2007...) **(547)**

Anexos incluidos en el CD adjunto

- Comisiones e Informes en Les Corts Valencianes. Consideraciones Previas
- Comisiones específicas para la actuación, control y nuevas formas de gestión de RTVV
 - **Anexo 1.** Pronunciamento de la comisión sobre la solicitud de comparecencia de la directora de Televisión Valenciana para explicar la posible censura practicada en el programa *Colp d'ull* de enero de 2001 solicitada por el Grupo Parlamentario Socialista
 - **Anexo 2.** Comparecencia del director general de RTVV, señor José Vicente Villaescusa Blanca, para explicar el compromiso de Canal 9 con la cultura valenciana, solicitada por el Grupo Parlamentario Socialista
 - **Anexo 3.** Toma en consideración la Propuesta no de ley sobre la solicitud al Consell de Cultura de un proyecto divulgativo cultural se la Comunitat Valenciana a emitir en TVV, presentado por el Grupo Parlamentario Esquerra Unida del País Valencià

- **Anexo 4.** Comparecencia a las comisiones de expertos acreditados en medios de comunicación social
- Informes del Consell Valencià de Cultura sobre la difusió audiovisual del patrimoni cultural
 - **Anexo 1.1.** Informe del Consell Valencià de Cultura sobre los contenidos culturales en la televisión pública valenciana
 - **Anexo 1.2.** Informe del Consell Valencià de Cultura sobre la divulgación científica en la televisión pública valenciana y en general
 - **Anexo 1.3.** Dictamen del Consell Valencià de Cultura sobre las medidas de protección del patrimonio cultural valenciano
 - **Anexo 1.4.** Informe del grupo de trabajo del Consell Valencià de Cultura sobre los Recursos Audiovisuales en la Comunitat Valenciana
 - **Anexo 1.5.** Propuestas para la protección y el fomento del patrimonio cultural valenciano, de 26 de mayo de 2003. Consell Valencià de Cultura
 - **Anexo 1.6.** Informe del Consell Valencià de Cultura sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la difusión de la cultura
 - **Anexo 1.7.** Acuerdo de colaboración entre la Conselleria de Cultura y RTVV para la difusión del patrimonio audiovisual a la comunidad educativa de la Comunidad Valenciana
 - **Anexo 1.8.** Acuerdo marco de colaboración entre el Institut Valencià D'Art Modern y RTVV

Prefacio

En primer lugar si podemos afirmar que la televisión es una institución pública con una inseparable responsabilidad cultural que consiste en proyectar valores simbólicos y culturales, reconoceremos pues su papel fundamental en la difusión audiovisual y conocimiento de productos culturales y del patrimonio histórico-artístico. Y lo es ya que se puede considerar como una institución de patrimonio audiovisual que dispone de una valiosa documentación de productos audiovisuales sobre patrimonio cultural, y que puede comercializar o poner a disposición del gran público mediante la aplicación de las TIC.

John B. Thompson (1998: 36) identifica el poder simbólico con el cultural, de forma que quien domine los medios de transmisión de la información y la comunicación dominará la identidad cultural de la sociedad en que se sitúe. Y esto es así ya que hay una nueva forma de patrimonio cultural, y en esta nueva necesidad que tiene la sociedad actual donde va a aparecer el nuevo modelo de Patrimonio. La sociedad necesita reconocerse en el mundo y es en esa sociedad actual donde los Bienes Culturales son el mobiliario del universo de reconocimiento en el que nos proyectamos para reconocernos. Entendiendo como Patrimonio el significado, que adquiere su cualificación por capacidad simbólica, y su propia esencia de comunicación. El Patrimonio es un mensaje, un signo, una expresión, es la capacidad que tiene un grupo humano de reconocer su identidad a partir de objetos muebles e inmuebles, físicos o inmateriales que les rodea y se integran en sus prácticas sociales (Márquez, J.E. y Morente, M^a, 1999: 58-64). El nuevo modelo de Patrimonio es por tanto abierto, abarca tanto cultura material como inmaterial, incluye a los paisajes culturales y creaciones culturales que han de testimoniar los modos de vida, valores y creencias, tanto de los diferentes grupos sociales que lo conforman como de la propia sociedad en sí (Agudo Torrico, J, 1999: 36-44), convirtiéndose en un importante recurso de cohesión social (Fernández-Baca, R. 1999: 118-123).

Los medios de comunicación han acabado por convertirse en nuestra sociedad en la principal instancia de *enculturización*, por delante de otras instancias más tradicionales como la familia, la iglesia o la escuela. Y ello hasta

el punto de que nuestro conocimiento de los demás, del entorno e incluso de nosotros mismos depende cada vez más de esos medios, hasta el punto de que la llamada “*opinión pública*” depende cada vez más de la “*opinión publicada*”¹

La televisión como instrumento de aculturación dentro del gran ritual moderno, se ha revelado como el medio más eficaz para obtener de las audiencias determinados comportamientos y patrones de pensamientos homogéneos, a través de la exposición de mensajes sistemáticos y repetitivos sobre públicos muy amplios y heterogéneos. Para comprender las transformaciones culturales asociadas al ascenso de las sociedades modernas, deberíamos conceder el papel central del desarrollo e impacto de las empresas de televisión.

Es indudable la importancia del ente público Radio Televisión Valenciana como el mayor generador de contenidos audiovisuales sobre cultura, arte y patrimonio de la Comunitat Valenciana. Por ello, gracias a la reutilización² y fragmentación de los contenidos documentados para la realización de nuevas producciones culturales, RTVV se puede tratar como un grupo multimedia a la vez que una empresa de comunicación. En el Consell Valencià de Cultura al respecto del papel que los medios de comunicación tienen para la promoción del patrimonio cultural, se afirma que es “obvio que los medios públicos de comunicación, y en particular la televisión pública, tienen aquí un gran papel por jugar. En esta perspectiva, no se trata únicamente de introducir en las programaciones correspondientes determinados espacios de orientación cultural, sino también de pensar entre todos un modelo de televisión pública que se proponga lograr un buen equilibrio entre la vocación de distracción y de información, inevitable en una televisión, y la dimensión formativa en el terreno cultural. Se debería plantear el diseño de este nuevo modelo, y en ese caso, el

¹ Perales Alejandro. En *Revista Contrastes*. “*Los contrastes de la crítica de arte*”. Nº 43. Enero 2006. Pág. 68.

² Uno de los objetivos primordiales de la conservación de los archivos es la reutilización. La recuperación y la preservación de los fondos audiovisuales por razones estrictamente patrimoniales es importante, pero quedaría incompleta sin el posterior uso de nuevas producciones.

CVC estaría disponible para colaborar en la tarea”³. En este sentido, los medios de comunicación tienen efectos poderosos, no porque sean capaces de determinar los comportamientos y actitudes a corto plazo sino porque influyen en nuestras formas de conocer, de dar sentido a la realidad y de interactuar con los otros. Entonces podemos afirmar que la acción comunicativa es una acción mediadora, entendida como aquella realizada por un agente que “opera con instrumentos de mediación” (Wertsch, Del Río y Álvarez, 1997: 55).

En definitiva, la industria audiovisual es una institución cultural y patrimonial. Por ello los contenidos audiovisuales sobre el patrimonio histórico-artístico deben ser tratados, conservados y difundidos como un objeto patrimonial y educativo, sujetos a la legislación vigente sobre Bienes de Interés Cultural⁴. El documento audiovisual posee una serie de valores propios (los emanados de su contenido), y otros añadidos (los de servir de fuente de estudio de diversa índole y de apoyo y ayuda para el ejercicio de determinadas actividades) por lo que es necesario e imprescindible garantizar su conservación y salvaguarda. Conservación que hace referencia a las condiciones físicas que necesita el soporte sobre el que se sustenta la información audiovisual, y salvaguarda que determina el marco legal adecuado que debe regir y normalizar de manera clara los mecanismos y actuaciones de las instituciones competentes, encaminadas a asegurar su transmisión a las

³ Dictamen del Consell Valencià de Cultura sobre las medidas de protección del patrimonio cultural valenciano. Ponencia específica CVC. 28 de mayo de 2004. Pág. 30

⁴ LEY 5/2007, de 9 de febrero, de la Generalitat, de modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano. V. “Artículo 15. Objeto y contenido del Inventario 1. Se crea el Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano, adscrito a la Conselleria competente en materia de cultura, como instrumento unitario de protección de los bienes muebles, inmuebles e inmateriales del patrimonio cultural cuyos valores deban ser especialmente preservados y conocidos. Y 2, 2. En el Inventario se inscribirán: 4.º Los bienes de naturaleza documental, bibliográfica y audiovisual de relevancia patrimonial, los cuales se inscribirán en la sección 4ª del Inventario de conformidad con lo previsto en el título V. VIII. “Artículo 26. Clases. 1. Los Bienes de Interés Cultural serán declarados atendiendo a la siguiente clasificación: C) Documentos y obras bibliográficas, cinematográficas, fonográficas o audiovisuales, declaradas individualmente, como colección o como fondos de archivos y bibliotecas.

generaciones futuras. Según el Libro blanco del Sector Audiovisual Valenciano⁵ (2003: 48) indica con respecto a la conservación del patrimonio, que es “necesario normalizar la conservación y salvaguarda de los fondos procedentes de la emisión televisiva, en atención a su valor documental histórico, cultural y sociológico. Aplicar, en la misma línea, medidas a los registros radiofónicos”.

⁵ En http://www.portaveu.gva.es/Doc_sintesis.pdf (Consultado el 10 de noviembre de 2007)

Notas de agradecimiento

Tras el largo tiempo empleado en la redacción y análisis de la presente Tesis Doctoral, intentar agradecer a todas y cada una de las personas que han podido intervenir en el proyecto, por mínima que sea su aportación, resulta una tarea complicada, y no menos injusta. Me satisface profundamente que estas personas conozcan de mi agradecimiento, un sentimiento que deseo no perder nunca. Pero sería más injusto no completar los agradecimientos haciéndolos perpetuar por escrito. Por ello, los nombres de ciertos amigos deben aparecer en estas páginas, sin la menor duda.

En primer lugar un sincero agradecimiento a los dos directores de la tesis, el Dr.D. Miquel Francès Doménech y el Dr.D. Josep Montesinos Martínez. Ellos representan mis dos grandes pasiones intelectuales; la Comunicación y la Historia del Arte. Conjugar ambas disciplinas humanas ha sido la razón de esta investigación, y ellos lo han entendido. De forma muy especial a todo el Departamento de Documentación Audiovisual y Escrita de Televisión Valenciana. Con ellos he conocido la enorme importancia de su labor, que aún con muchos factores en contra, la siguen desempeñando con una profesionalidad que les honra. A todos los miembros del Cefire de Godella, en especial a Miguel Martínez Agudo, gestor de Compensatoria e Interculturalidad. A Lola Johnson por sus encuentros con la cultura. Al Departamento de Documentación de Les Corts Valencianes.

A mi gran amigo Iván Burriel, le estaré eternamente agradecido.

A mi Maite, se merece todo lo mejor.

A José Luis Mata, mi hermano, producto de un buen abrazo, y de muchos otros.

A toda mi familia, que en esos momentos tan angustiosos, difíciles e injustos, han estado y estarán ahí con Camila. Ellos lo son.....todo.

Cap1. Delimitación del objeto de estudio

1.1 Elección del tema

En primer lugar, la presente investigación propone que ya no es posible establecer un debate sobre los medios de comunicación, -en este caso la televisión-, como un enfrentamiento entre el elitismo del crítico que busca unas altas cuotas de cultura y el proceso de la industria del entretenimiento. La comunicación televisiva es inherente a su expansión masiva, axioma este que no cabe discutir, debido entre otras razones a la explosión multicultural y multicanal que se nos presenta en el panorama massmediático, así como a la fragilidad de los cánones que representa. Y a ese público receptor de productos audiovisuales culturales, ¿es posible seguir invocándolo cuando la masa, tenida por homogénea a fuerza de moldearla con mensajes en sustancia idénticos para todos los individuos, se ha fragmentado en audiencias y en públicos crecientemente diversificados, halagados en su libertad de optar por catálogos y archivos impresos, audiovisuales, informativos, cada vez más amplios? . El escritor y periodista Fernando Delgado, al respecto de la relación existente entre el medio televisivo y la cultura, explica que “en la televisión es fundamental tener en cuenta la naturaleza del medio televisivo para acercarse a ella, y es necesario adaptar los mensajes y lenguajes a la naturaleza del medio. Sin embargo en muchas ocasiones los agentes culturales han ignorado esto por narcisismo intelectual, y a ello se añade que actualmente se ha impuesto un lenguaje de agencia y de oficina que no contribuye para nada a la reflexión. La televisión puede incitar a la reflexión y al pensamiento si se hace un buen uso del medio. Desde la cultura se le pide a la televisión que haga un servicio cultural, pero lo cierto es que no se considera a la propia televisión como elemento cultural. Los agentes culturales están más preocupados por tener cuotas de pantalla que por denunciar los efectos desculturizadores de algunas formas de televisión actual, caracterizada por su zafiedad. La televisión se encuentra en una fase de fuerte *desculturización*, pero no se le puede negar que ha contribuido decisivamente a erizar a la sociedad anteriormente” (diario Levante-emv, 28 de julio de 2007)⁶.

⁶ En: http://www.levante-emv.com/secciones/noticia.jsp?pRef=3607_42_325323__Television-Fernando-Delgado-dice-tele-esta-fase-fuerte-desculturizacion (consultado el 29/7/2007)

En segundo lugar, es necesario reconocer los desafíos emergentes de las aplicaciones de las TIC's en el patrimonio histórico-artístico y su difusión audiovisual. Aunque es totalmente imposible prever con un mínimo de precisión lo que ocurrirá en los próximos años, el desarrollo de las nuevas tecnologías abren nuevas posibilidades comunicativas, además del paso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a las tecnologías de convergencia universal (TCU), que tendrá como consecuencia la implantación del nuevo paradigma de comunicación e información en red, la Web 2.0⁷.

El cambio tecnológico en marcha ha multiplicado las posibilidades de comunicar cultura. La posibilidad de la producción de bienes culturales mediante tecnologías ha cambiado el escenario. Xosé López indica que “se ha inaugurado una nueva era en la que nuestras miradas tienen que dirigirse hacia la producción social, que viene determinada por la cultura. Los sistemas tecnológicos, que se producen socialmente, son necesarios para intervenir en un escenario donde aumenta la circulación de flujos informativos y donde las políticas culturales de los países deben garantizar la preservación de la identidad en una sociedad mundializada”⁸

En las tesis derivadas del empleo de las nuevas tecnologías digitales en la difusión del patrimonio histórico-artístico los nuevos desafíos irán inexorablemente unidos a problemas de almacenamiento, nuevos cambios en las políticas sobre el patrimonio cultural, nuevos vínculos entre expresiones nacionales, regionales y locales, y también entre la cultura, el conocimiento y la erudición, sin olvidar la problemática de la propiedad intelectual en los nuevos modelos de cultura.

⁷ “La mentalidad del televidente de la Web 2.0 le lleva a exigir que sus contenidos se desplacen con él y sean accesibles en cualquier dispositivo. Videograbadoras digitales, teléfonos 3G, consolas iPods y gadgets portátiles compitan en el mercado para captar a los nuevos devoradores de imágenes”. En “*El Semanal TV más*”. Del 5 al 11 de octubre de 2007. Pág.19.

⁸ Xosé López “*Información Cultural. Herramientas para comunicar cultura en un escenario marcado por la sombra de la mercantilización mundial*”. En Fernández del Moral, J (2004). *Periodismo especializado*. Ariel Comunicación. Pág. 393.

Se perfilan cinco tipos de peligros (Veltman, 2005: 2);

- Un comercialismo excesivamente entusiasta
- Un actitud tecnófoba por parte de los eruditos⁹
- Narrativas contrarias a la universalidad
- El olvido del pasado
- La destrucción sistemática de la memoria

A estos peligros podríamos añadir la posible manipulación de la opinión pública. Para hacer frente a estos nuevos desafíos se propone una E-Culture Net¹⁰, que mediante una aplicación continuada posibilitará nuevos modelos y métodos críticos para acciones culturales que harán olvidar las visiones eurocéntricas priorizando vínculos con una clara dimensión economicista a la vez que multilingüe sobre el patrimonio cultural que engloba las dimensiones histórica y cultural. Al respecto, en el contexto de la E-Culture Net se propuso la necesidad de un sistema europeo de fuentes abiertas basadas en el centro Europeo de Computación para archivos de datos, con el objetivo de crear un prototipo de archivo europeo distribuidor del futuro, idea que se materializó gracias a la UNESCO donde se convirtió en un plan inicial de doce años para un proyecto denominado *EU-Unesco Digital Center of Memory of Cultura* (DCMC) dentro del contexto de los principales museos y galerías de arte europeas¹¹. En el Reino Unido, el *Joint Information System Comité* (JISC) trabaja para la creación de un centro de conservación digital (CCD)¹², mientras

⁹ Un buen número de intelectuales rechazan de manera intuitiva todo lo que tiene que ver con la tecnología, como si estas fueran una amenaza para sus metas humanísticas. Ver: Ronald Bailey, <<Rebels Against the Future, Witnessing the birth of the global anti-technology movement>>, <http://reason.com/rb/rb022801.shtml>. (consultado 25 febrero de 2007). Ver también Richard Terra, <<Anti Technology movement>>, <http://nanodot.org/article.pl?sid=01/03/19/1818205>. (consultado 10 marzo de 2007)

¹⁰ E-Culture Net Thematic Networks in FP5. Ver <http://www.eculturenet.org/FP5/>

¹¹ Prototipo de archivo electrónico europeo distribuido (DEER) de E-Culture Net.

¹² El centro de Conservación Digital (CCD) está constituido por la Universidad de Edimburgo como socio principal, así como la Universidad de Glasgow que alberga el NeSC, la U-KOLN, la Universidad de Bath, el Consejo del Central Laboratory of the Research Councils. Ver:

que el BRICKS IP *Building Resurces for Intelligent Cultural-Knowledge Sharing Integrated Proyect* en el VI Programa Marco¹³, está explícitamente diseñado para establecer los fundamentos organizativos y tecnológicos de una biblioteca digital al nivel de una memoria digital europea. En este sentido, los archivos distribuidos que conducen a un archivo electrónico europeo distribuido (DEER) ofrecen una visión que integra estos esfuerzos fragmentados en un plano de acción coherente, el cual podría adquirir solidez posteriormente mediante el concurso de políticas nacionales (Veltman, 2005: 7). Un DEER que puede hacer accesible de manera permanente los contenidos acumulativos de estas colecciones y por lo tanto tener un papel crucial en el futuro del aprendizaje virtual¹⁴.

Es necesario indicar que los efectos producidos por los nuevos medios digitales en la gestión del patrimonio cultural se producirán de manera plena al cabo de décadas, aunque parezca, de forma equivocada, que por la velocidad de aparición tecnológica se produzca de forma exponencial. Historiadores, gestores culturales, periodistas especializados y políticos sensibles a la influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el patrimonio cultural, tienen la necesidad de analizar el desarrollo del pasado con el objetivo de conocer las consecuencias de esos nuevos medios.

En la década de los ´70 los desarrollos tecnológicos para un mayor almacenamiento fue un tema crucial en el continuo crecimiento del ámbito del patrimonio cultural digital, por lo que los mayores esfuerzos fueron direccionados a la creación de catálogos de museos y bibliotecas, comenzando a digitalizar las expresiones culturales como si fueran meros productos u objetos.

Durante la siguiente década, la de los ´80, la implementación iconográfica fue una realidad, enriqueciendo los archivos con contenidos

http://www.jisc.ac.uk/index.cfm?name=funding_7_02

¹³Véase: http://eoi.cordis.lu/dsp_details.cfm?ID=32324 (consultado en 20 de marzo de 2007)

¹⁴ Kate Evans-Correia, <<linux powers building of online digital images catalog>>. SearchEnterpriseLinux.com, 5 de septiembre 2003. Consultar también el proyecto INSPIRAL (inspiral.cdfr.strath.ac.uk/about/about.html). (consultado el 18 de mayo de 2007).

digitales de versiones de pinturas, textos completos de manuscritos y libros, monumentos, emplazamientos y en algunos casos hasta ciudades enteras. A fines del siglo XX se fue priorizando el patrimonio tangible aunque desde la UNESCO se comenzó a aceptar la importancia y necesidad de indexar el patrimonio intangible, como tradiciones orales, lengua, música, bailes y las costumbres de los pueblos (Patrimonio Intangible UNESCO)¹⁵.

En los años '90 el término *convergencia* se abrió paso entre los analistas y gestores de contenidos audiovisuales, aunque no se pudo predecir las consecuencias de esa nueva realidad. La unión plena de la televisión, la telefonía e Internet está todavía en el terreno de la hipótesis, aunque se están realizando avances tan rápidos que el usuario carece de referentes para reconocer esa nueva realidad mediática. Es difícil conocer la fecha en la que los distintos medios convergerán e intercambiarán contenidos y posibilidades creativas, ya que en Japón, según fuentes gubernamentales, no se producirá hasta el año 2010¹⁶, sin embargo posiciones más europeas como la de Siemens Corporation aseguran que la convergencia se producirá en el año 2015¹⁷.

Pero en la presente investigación el término *convergencia*, va a describir no únicamente una estrategia tecnológica, sino también un fenómeno cultural, de la misma forma que Henry Jenkins (2006: 46) describe el término convergencia como portador de cambios tecnológicos, por supuesto, pero todavía más culturales y sociales, “por *convergencia* me refiero al flujo de contenido que pasa por múltiples industrias y al comportamiento migratorio de la audiencia de los medios de comunicación dispuesta a ir casi a cualquier lugar en búsqueda del tipo de experiencia de ocio que quiere”.

Una de las características comunicativas de los medios de comunicación

¹⁵ Ver: http://www.unesco.org/culture/heritage/intangible/html_eng/index_en.shtml. (Consultado el 15 de marzo de 2007)

¹⁶ The State of the Japanese Internet Market 2000 Digest, Tókió, Impress, 2000. p. 59. Cf. Ken Ichiriki, Study Group on the Next Generation Internet Policy, e-Japan Initiative for the IT Revolution, junio de 2000.

¹⁷ F. PEASE, Arthur. “Building the Unlimited Expressway” (Siemens). Ver: http://w4.siemens.de/Ful/en/archiv/pof/heft2_02/artikel11/index.html (Consultado el 25 de abril de 2007)

y también de las nuevas tecnologías de la comunicación es “la sinergia que se produce entre ellos. Todo puede estar conectado. La guerra entre los medios se ha convertido en simbiosis mediática. No es fácil dar cuenta de estas relaciones, quizás promiscuas, entre los distintos medios, pero los ciudadanos somos multireceptores mediáticos, difícilmente a un solo medio” (García, Jiménez, L. 2007: 16).

La realidad extraída de la Tecnología de Convergencia Universal (TCU) tendrá consecuencia de distinta naturaleza, como la tecnológica, material, organizativa, intelectual y filosófica, como son la invisibilidad, la virtualidad, la sistematicidad, la contextualidad y la espiritualidad. Estos nuevos paradigmas tecnológicos sufrirán distintas consecuencias según se localice en Estados Unidos con las autopistas de la información, en Japón con la sociedad del conocimiento, o en Europa con la llamada sociedad de la información. En este sentido, el intento de Estados Unidos de desarrollar las autopistas de la información ha extraído a la luz consecuencias tecnológicas, materiales y organizativas, mientras que las de tipo intelectual y filosófico guardan el potencial más alto, que corresponde al trabajo en red y que incluye al conocimiento y a la cultura dinámica, y argumentando además diversas maneras de conocimiento (Veltman, 2005: 5).

El ámbito de la cultura digital, es mucho más que las expresiones tangibles e intangibles, como ya teorizó (Cassirer, 1942: 25), “implica un mito, una lengua, arte y conocimiento”. Pero cómo se van a relacionar estos términos, es totalmente una incógnita, como lo es también los desafíos a los que ha de hacer frente la cultura digital en la próxima generación, ya que se han de volver a reformular las complejas interacciones entre teoría y práctica en las expresiones culturales.

En la mayoría de los proyectos multimedia realizados para la difusión del patrimonio cultural se conjugan diversos intereses, como la creación de materiales educativos –principalmente para un público escolar y universitario-, la prevención de los objetos o espacios patrimoniales y la accesibilidad máxima para un tipo cualquiera de público. Si hasta ahora eran los grandes equipamientos culturales (museos, parques nacionales, bibliotecas, etc) los

únicos capaces de invertir en nuevas tecnologías para favorecer la difusión de sus tesoros culturales, “la aparición de Internet ha permitido que pequeños centros locales puedan emplear la tecnología para dar *visibilidad* a sus recursos y, en consecuencia, promocionar su turismo cultural” (Berni, 2003: 2).

Uno de los retos de la próxima década será la integración de estas soluciones nacionales en un sistema europeo -y universal en último término- que nos permita movernos sin problemas entre los países y lenguas diferentes. El advenimiento en el año 2008 de GALILEO¹⁸, el sistema europeo de posicionamiento global por satélite, implicará nuevas posibilidades y que permitirá disponer, a partir de 2014 de una constelación de 30 satélites. Acabaremos deseando reconstrucciones no sólo de yacimientos arqueológicos, sino también de edificios, como templos, iglesias y ayuntamientos, en los cuales se podrá disfrutar de la evolución de sus interiores a lo largo de los siglos y vivir como los diversos periodos temporales –románico, gótico, renacentista y barroco, van a imponer su huella tanto en el interior como en el exterior (Veltman, 2005: 10).

Actualmente en los países donde está presente de forma internacional los institutos de cultura como el *L’Istituto Italiano di Cultura*¹⁹, el *British Council*²⁰, el *Goethe Institut*²¹ o en el caso español el *Instituto Cervantes*²², hacen uso de los formatos digitales para la divulgación de su cultura, con un reto claro: el de compartir el patrimonio nacional a la vez que reconocer la interrelación e interdependencia de todas las culturas. A la vez, en el intento de aunar contenidos –en este caso europeos- *L’European Heritage Network* (HEREIN)²³, perteneciente al Consejo de Europa, y el Portal Cultura Europeo²⁴

¹⁸ GALILEO es el programa europeo de radionavegación y posicionamiento por satélite. Lanzado por la Comisión Europea y desarrollado conjuntamente por la Agencia Espacial Europea, este programa dota a la Unión Europea (UE) de una tecnología independiente del GPS estadounidense y el GLONASS ruso. La Comunicación mencionada marca los inicios de GALILEO y define los retos y objetivos del programa.

Ver: <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l24205.htm> (Consultado el 10 de agosto de 2007)

¹⁹ <http://www.italicon.it> (Consultado el 21 de mayo de 2007)

²⁰ <http://www.britishcouncil.org> (Consultado el 21 de mayo de 2007)

²¹ <http://www.goethe.de> (Consultado el 21 de mayo de 2007)

²² <http://www.britishcouncil.org/es/spain.htm> (Consultado el 21 de mayo de 2007)

²³ European Heritage Network (HEREIN), [http://www.coe.int/T/E/Cultural_Cooperation/Heritage/European-Heritage-Network_\(HEREIN\)/](http://www.coe.int/T/E/Cultural_Cooperation/Heritage/European-Heritage-Network_(HEREIN)/). (Consultado el 3 de junio de 2007)

²⁴ Portal Cultural Europeo: http://www.europa.eu.int/comn/cultura/index_en.htm. (Consultado el

por parte de la Dirección General de Educación y Cultura de la Unión Europea, son iniciativas que van en este sentido. Las posibilidades que las TCU tienen en la gestión y la difusión audiovisual del patrimonio histórico-artístico crecen con la ayuda de políticas de protección sobre la propiedad intelectual, diseñadas con el objetivo de proteger el contenido de los productos y las expresiones culturales y estimular las prácticas de citaciones, referencias y alusiones que promueven la continuidad cultural y la memoria colectiva y acumulativa. Es importante señalar que actualmente se carece de una red eficaz y permanente que conecte y sirva de gestor de contenidos comunes a las instituciones de la memoria para desarrollar nuevos métodos críticos tal y como prevé la E-Cultura Net.

Se debe tener en cuenta que las instituciones de la memoria (museos, bibliotecas, archivos, etc) tienen como objetivo preservar la diversidad lingüística y cultural de la humanidad, “como una riqueza que no se debe perder, y por lo tanto, se debe ser consciente de que toda la documentación es importante, y que se debe evitar cualquier homogeneización que impida el desarrollo normal y preservación de una cultura. Ante un mundo multicultural, la mejor forma de entender y aceptar esta diversidad es precisamente pudiendo conocer las diversas culturas, y en este sentido, las instituciones de la memoria tienen una función primordial” (Carreras, C y Munilla, G. 2005: 45).

En cuanto a las limitaciones que la difusión de los contenidos sobre cultura y patrimonio que de forma digital se ha explicitado, hay que indicar que la cultura analógica impresa exigía la presentación del conocimiento en un formato estático o lineal, la cual cosa hacía que se tendiese a registrar únicamente el estado del conocimiento adscrito a un nombre temporal concreto. Según esto, una lista de obras de Rembrandt hecha en el año 1650 era diferente que las listas que se podía hacer en 1750, 1850 o 1950. Cualquier lista de pinturas, dibujos, manuscritos o libros –de hecho, cualquier lista de producción cultural o artística- estaba sujeta a la misma limitación; eran instantáneas de conocimiento congeladas de manera eficaz en un momento determinado del tiempo, que acostumbraban a reflejar también las

interpretaciones personales de un individuo concreto. La cultura digital no tiene por qué presentar estas limitaciones, ya que los registros digitales pueden adoptar la forma de bases de datos²⁵, y existe la posibilidad de integrar diversas listas e interpretaciones en listas dinámicas que permitan observar cómo han cambiado a lo largo del tiempo las obras del pintor citado, pintadas por él, atribuidas a su escuela, o bien a otros artistas. Se trata de un avance que lleva implícitas nuevas posibilidades para el estudio de los cambios espaciales y temporales en el pensamiento erudito. Así, mientras que la cultura impresa priorizaba una interpretación y excluía generalmente el resto, la cultura digital permite nuevos estudios de interpretación múltiples y una nueva comprensión de los cambios inherentes de estas interpretaciones a lo largo del tiempo, así “en lugar de lamentar las múltiples interpretaciones a que da lugar un texto, ahora podemos sacar a la luz estas interpretaciones alternativas en un primer paso a hacia una nueva síntesis, un nuevo conocimiento” (Veltman, 2005: 13).

Las transformaciones que los nuevos medios representan, tienen unas implicaciones mucho más importantes y profundas que el simple reconocimiento reduccionista de la llegada al hogar o a la oficina. Estas, son las responsables de la transformación en la manera en que nuestra memoria colectiva puede almacenarse, en la forma de recuperar esa memoria y hasta las nuevas definiciones y reorganizaciones del llamado “*conocimiento*”. En este sentido la difusión audiovisual del patrimonio histórico-artístico debe aceptar las nuevas tesis derivadas de los agentes convergentes, y reconocer que las nuevas tecnologías ofrecen mucho más que el acceso digital a los objetos y registros analógicos de la cultura.

²⁵ En los primeros textos electrónicos, las listas y las bases de datos representaban categorías totalmente diferentes. La llegada del SGML (Standard Generalised Markup Language) introdujo la distinción entre la codificación de los textos y la manera en que estos mismos textos se mostraban, lo que estableció nuevas conexiones entre las categorías textuales, de listas y de bases de datos, aunque resultaba muy difícil integrarlas. Con la aparición de XML (Extensible Markup Language), se solucionó buena parte de esas dificultades, permitiendo de forma sencilla que los textos funcionasen cada vez como si fuese una base de datos en los cuales se pudieran hacer búsquedas a partir de criterios muy diversos. Con ello se consigue una gestión del conocimiento de una forma dinámica. Los contenidos cronológicos y alfabéticos dejan paso a los directorios con accesos intercambiables y con distintos modos de visualización, por lo que se logra a conformar una Web semántica.

En tercer lugar, todas estas consideraciones son necesariamente extrapolables a la realidad que el patrimonio histórico-artístico presenta en la Comunitat Valenciana. La ingente riqueza patrimonial y cultural que la Comunitat Valenciana posee, merece un estudio exhaustivo sobre el impacto que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como la realidad de la convergencia tecnológica tienen sobre la realidad cultural, y la difusión digital de sus contenidos audiovisuales. La cultura y el patrimonio histórico-artístico son mucho más que unas expresiones aisladas; son una combinación acumulativa de manifestaciones que deben estar conectadas con teorías y comentarios, reflexiones y críticas, y que exigen un acceso permanente, multilingüe, multicultural y multivalente, si realmente quiere ser un proceso humano y creativo. Hay que destacar la importancia que para la difusión audiovisual del patrimonio cultural valenciano tiene Televisión Valenciana, el mayor gestor, productor y contenedor de productos audiovisuales de la Comunitat Valenciana. Y es por ello que formará el núcleo de la presente investigación, debido entre otras razones a la gran importancia patrimonial del contenido audiovisual de su departamento de documentación.

Es necesario citar que en *La Declaración de Responsabilidades y Deberes Humanos*, (Art. 38, 2), se indica que “los estados tienen el deber y la responsabilidad de respetar, proteger y promover la libertad de expresión artística, el derecho a la cultura y a la diversidad cultural”.

De conformidad con este deber y responsabilidad deben:

- a. Asegurar la libertad de acceso a las artes y a la cultura sobre una base no discriminatoria.
- b. Fomentar la creatividad y proteger las innovaciones y las obras de arte mediante leyes de propiedad intelectual, a nivel tanto nacional como internacional”²⁶.

²⁶ UNESCO. *Declaración de Responsabilidades y Deberes Humanos*. Actas. Valencia, 28 de enero de 1998. Págs. 76-77.

1.2. Hipótesis y objetivo de la tesis

En la práctica científica es habitual distinguir entre el objetivo formal y el objetivo material de la investigación que se pretende desarrollar. El objetivo formal es la perspectiva y la base desde la que se afronta la investigación. Por su parte, el objetivo material es el estudio concreto que se pretende investigar.

1.2.1. Objetivo formal de la investigación

Reconocida la gran importancia que para la difusión de contenidos culturales audiovisual tiene y tendrá el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de la información, el impacto de la convergencia tecnológica y el uso de las multiplataformas para la realidad cultural valenciana, la presente investigación parte de las siguientes hipótesis previas:

1. La industria audiovisual como institución cultural y patrimonial. Por ello los contenidos audiovisuales sobre el patrimonio histórico-artístico deben ser tratados, conservados y difundidos como un objeto patrimonial y educativo, sujetos a la legislación vigente sobre Bienes de Interés Cultural²⁷. El documento audiovisual posee una serie de valores propios (los emanados de su contenido), y otros añadidos (los de servir de fuente de estudio de diversa índole y de apoyo y ayuda para el ejercicio de determinadas actividades) por lo que es necesario e imprescindible garantizar su conservación y salvaguarda. Conservación que hace referencia a las condiciones físicas que necesita el soporte sobre el que se sustenta la información audiovisual, y salvaguarda que determina el marco legal adecuado que debe regir y normalizar de manera clara los

²⁷ LEY 5/2007, de 9 de febrero, de la Generalitat, de modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano. V. "Artículo 15. Objeto y contenido del Inventario 1. Se crea el Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano, adscrito a la Conselleria competente en materia de cultura, como instrumento unitario de protección de los bienes muebles, inmuebles e inmateriales del patrimonio cultural cuyos valores deban ser especialmente preservados y conocidos. Y 2, 2. En el Inventario se inscribirán: 4.º Los bienes de naturaleza documental, bibliográfica y audiovisual de relevancia patrimonial, los cuales se inscribirán en la sección 4ª del Inventario de conformidad con lo previsto en el título V. VIII. "Artículo 26. Clases. 1. Los Bienes de Interés Cultural serán declarados atendiendo a la siguiente clasificación: C) Documentos y obras bibliográficas, cinematográficas, fonográficas o audiovisuales, declaradas individualmente, como colección o como fondos de archivos y bibliotecas.

mecanismos y actuaciones de las instituciones competentes, encaminadas a asegurar su transmisión a las generaciones futuras. Según el Libro blanco del Sector Audiovisual Valenciano²⁸ (2003: 48) indica con respecto a la conservación del patrimonio, que es “necesario normalizar la conservación y salvaguarda de los fondos procedentes de la emisión televisiva, en atención a su valor documental histórico, cultural y sociológico. Aplicar, en la misma línea, medidas a los registros radiofónicos”.

2. El discurso digital sobre esos contenidos debe apoyarse en el discurso tradicional y lineal de difusión del patrimonio. No hay que superponer los nuevos recursos digitales a los tradicionales modos de entender el patrimonio, sino que habrá que encontrar una actividad mediática que normalice el discurso. El consenso entre ambas realidades tecnológicas debe ir encaminado a lograr una perfecta simbiosis entre los sistemas de producción y de difusión.
3. La importancia del ente público Radio Televisión Valenciana, como el mayor generador de contenidos audiovisuales sobre cultura, arte y patrimonio de la Comunitat Valenciana. Gracias a la reutilización²⁹ y fragmentación de los contenidos documentados para la realización de nuevas producciones culturales, RTVV se puede tratar como un grupo multimedia a la vez que una empresa de comunicación. En el Consell Valencià de Cultura al respecto del papel que los medios de comunicación tienen para la promoción del patrimonio cultural, se afirma que es “obvio que los medios públicos de comunicación, y en particular la televisión pública, tienen aquí un gran papel por jugar. En esta perspectiva, no se trata únicamente de introducir en las programaciones correspondientes determinados espacios de orientación cultural, sino también de pensar entre todos un modelo de televisión pública que se proponga lograr un buen equilibrio entre la

²⁸ En http://www.portaveu.gva.es/Doc_sintesis.pdf (Consultado el 10 de noviembre de 2007)

²⁹ Uno de los objetivos primordiales de la conservación de los archivos es la reutilización. La recuperación y la preservación de los fondos audiovisuales por razones estrictamente patrimoniales es importante, pero quedaría incompleta sin el posterior uso de nuevas producciones.

vocación de distracción y de información, inevitable en una televisión, y la dimensión formativa en el terreno cultural. Se debería plantear el diseño de este nuevo modelo, y en ese caso, el CVC estaría disponible para colaborar en la tarea”³⁰

4. Las transformaciones culturales debidas al impacto de los medios de comunicación audiovisuales. Televisión Valenciana será el medio capaz de redistribuir las formas simbólicas, trascendiendo estas de unos espacios locales hacia otros glociales. El patrimonio étnico se ve irremediabilmente afectado por un medio instrumental de comunicación, como es la televisión. Las nuevas formas de acción e interacción, así como una nueva organización social es la consecuencia directa de los eventos mediales.
5. Con la digitalización del archivo audiovisual, debe producirse una clara intencionalidad de su uso para fines pedagógicos, históricos, y sobre todo de investigación en las ciencias sociales y humanas. Se detecta una clara necesidad de establecer una relación entre la programación de este género y los contenedores de conocimiento, como escuelas, museos y centros de documentación. Iniciar políticas de intercambio entre el mayor contenedor y productor de materiales simbólicos sobre arte y patrimonio valenciano como es Televisión Valenciana y los centros tradicionales de difusión del patrimonio. Construir estructuras, procesos y herramientas necesarias para una verdadera intencionalidad de esas relaciones. Respecto a la digitalización del patrimonio cultural, La Comisión Europea³¹ formula varias recomendaciones para favorecer la digitalización y la accesibilidad en línea del material cultural y la conservación digital. Recuerda que las nuevas tecnologías de la información han de

³⁰ Dictamen del Consell Valencià de Cultura sobre las medidas de protección del patrimonio cultural valenciano. Ponencia específica CVC. 28 de mayo de 2004. Pág. 30

³¹ Recomendación de la Comisión 2006/585/CE, de 24 de agosto de 2006, sobre la digitalización y la accesibilidad en línea del material cultural y la conservación digital [Diario Oficial L 236 de 31.8.2006].

beneficiar a la memoria colectiva. Así pues, recomienda a los Estados miembros medidas de aplicación de la estrategia de digitalización para explotar mejor, por medio de Internet, el potencial económico -y, por supuesto, cultural- del patrimonio cultural europeo. La digitalización en línea del material cultural constituye un objetivo esencial a escala europea. La Comisión hace hincapié en el potencial económico y cultural del patrimonio europeo de la cultura. De hecho, ha convertido las bibliotecas digitales en un elemento clave de la iniciativa i2010 . El soporte digital permite el acceso al material cultural europeo, que incluye documentos impresos (libros, revistas y periódicos), fotografías, patrimonio cinematográfico, objetos de museo, documentos de archivo o material audiovisual. Las principales ventajas de la digitalización en línea del material cultural pueden resumirse así:

- ampliar su acceso a gran parte de la población de la Unión Europea (UE);
- dar un perfil claro al patrimonio diverso y multilingüe de la UE;
- conservar a largo plazo, en beneficio de las generaciones futuras, esta memoria colectiva.

6. El nuevo panorama de la industria televisiva valenciana, como producto de la diversificación de los espacios, debido a la aparición de distintos canal³² temáticos, provocará una disminución de los

³² La multiplicación de canales puede llevar a la creencia de un rico pluralismo informativo. Sin embargo, no debe perderse de vista que el incremento de canales se produce en una estructura superior: en las plataformas de comunicación, unas entidades de organización y control más amplio que el de las empresas tradicionales y con un poder más fuerte de decisión. Cada plataforma puede incluir varios canales informativos pertenecientes a empresas diferentes, pero todo queda dentro de los planteamientos y objetivos globales de la plataforma. Se amplía el campo de acción, pero permanece el criterio de selección y valoración de canales de la plataforma. Es un pluralismo dentro de una ideología, de unos intereses y de un orden controlado. CEBRIAN, M. (2004), *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona. Paidós. Pág. 76-77.

espectadores, y con ello una demanda de mayor especialización temática de contenidos, en este caso sobre patrimonio cultura. El proyecto de Televisión Digital Terrestre, será el colofón a todo este proceso desintegrador de grandes concentraciones de audiencias. El canal *mosaico* se convierte en la metáfora de la situación actual. Si en la televisión tradicional cada programa se convertía en un fragmento con autonomía del discurso general de la programación, en la oferta multicanal, cada canal se convierte en una parte o fragmento del discurso global de la oferta. La especialización en la programación sobre patrimonio histórico-artístico, será sin duda una necesidad en este nuevo discurso fragmentado. Esta mayor especialización será directamente proporcional a la calidad del producto, tanto si se trata de la producción de contenidos como de gestión de recursos.

7. La especialización periodística sobre patrimonio histórico-artístico. Es necesario el reconocimiento de un periodismo especializado debido a la demanda que la aparición de las nuevas tecnologías tendrá sobre los nuevos profesionales de la gestión y difusión cultural. Resulta imprescindible una nueva formación de los agentes involucrados en la gestión de contenidos sobre patrimonio, para que puedan adecuarse a los nuevos entornos digitales.
8. Los informes, dictámenes y debates presentados en las distintas comisiones que sobre RTVV se tratan en Les Corts Valencianes. También considerar al Consell Valencià de Cultura (CVC) órgano válido de opinión y consulta en temas de difusión del patrimonio, por la gran profesionalidad y rigor que conlleva sus grupos de trabajo.
9. La importancia que la opinión pública y los agentes institucionales tienen en la difusión audiovisual sobre patrimonio cultural, y el efecto que tendrá para las futuras generaciones. Hacer comprender que el valor añadido de este tipo de contenedores audiovisuales tiene un papel decisivo en el desarrollo democrático de la sociedad de la

información.

10. La necesidad de que el mayor creador de contenidos audiovisuales sobre patrimonio cultural de la Comunitat Valenciana articule mecanismos que proporcione el avance tecnológico y la aceptación de cambios en el paradigma comunicacional. Para entender el nuevo escenario multimedia es necesario un replanteamiento de las estrategias referentes a la producción y difusión de los contenidos audiovisuales culturales. Desde el ente público se debe ser consciente de las nuevas posibilidades de las multiplataformas, por lo que desde el nacimiento de la idea hasta su presentación en el mercado, será necesario valorar todas las posibilidades y canales para optimizar la producción, distribución y explotación de esos contenidos culturales.

1.2.2. Objetivo material de la investigación

La producción y difusión de contenidos audiovisuales sobre el patrimonio histórico-artístico valenciano puede considerarse como una actividad social, por lo que se desarrolla en un lugar concreto –la Comunitat Valenciana-, y en un determinado momento histórico.

Aunque por definición la difusión de contenidos audiovisuales tiende a escapar de los límites geográficos de la Comunitat Autònoma, la consideración universal de las tecnologías de la comunicación y de la información garantiza la expansión sin límites de esas realidades audiovisuales. Es decir, aunque el objeto de estudio de la presente investigación se circunscriba al patrimonio histórico-cultural valenciano, la difusión tecnológica mediante las nuevas tecnologías en especial la Web 2.0³³ favorecerá la universalidad de esos nuevos discursos no lineales.

No obstante, la perspectiva local valenciana va a permanecer constante a lo largo de toda la investigación. El análisis pormenorizado de ejemplos audiovisuales sobre la difusión cultural y de patrimonio no sólo justificará las hipótesis presentadas, sino que ofrecerá una visión real de los contenidos que sobre esta área de conocimiento se tiene de la Comunitat Valenciana. Por ello, podemos definir los objetivos materiales que se pretenden establecer con la presente investigación:

1. Precisar si televisión valenciana mantiene de forma regular una programación sobre patrimonio cultural y artístico acorde a sus estatutos de creación como medio de comunicación de titularidad pública.

³³ La Web dos (punto) cero podría definirse como la promesa de una visión realizada: la Red – la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web– convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo. Antonio Fumero, en *Web 2.0* Fundación Orange España. 2007. pág 12.

2. Comprobar si se establece una coordinación estable entre los agentes institucionales capaces de vertebrar y asesorar en política de programación sobre patrimonio histórico-artístico (Consejo de Administración de RTVV, el Consell Valencià de Cultura y Les Corts Valencianes) y el mayor productor de contenidos audiovisuales en la Comunitat Valenciana como es Televisión Valenciana.
3. Concretar posibles acuerdos institucionales entre Televisión Valenciana y los distintos centros de difusión de la cultura y del arte, como museos, centros educativos, centros de formación artística y asociaciones culturales, para la difusión de contenidos audiovisuales culturales.
4. Determinar la existencia de estrategias para la venta, difusión y comercialización de sus producciones audiovisuales sobre patrimonio cultural que TVV pueda coordinar desde su departamento de documentación.
5. Descubrir una posible diferenciación cuantitativa de la programación cultural e histórico-artística en la emisión de producciones con formato de debate entre los dos grandes periodos de mandato político autonómico, del Partido Socialista del País Valenciano PSPV-PSOE y el Partido Popular de la Comunitat Valenciana PPCV.
6. Establecer la procedencia de los invitados así como el número de intervenciones de los creativos, que desde 1989 hasta 2007 se han ido sucediendo en los distintos programas culturales con formato de debate en TVV.
7. Cuantificar las categorías temáticas de los invitados presentes en los cuatro programas culturales con formato debate analizados, así como la de los reportajes presentados en dichas producciones culturales audiovisuales.

8. Indicar de forma estadística el uso del valenciano en las distintas producciones culturales y de patrimonio artístico -tanto en aquellas con formato de debate como los seriados, y su relación con la tipología de producción empleada, producción propia, coproducción y producción externa.
9. Analizar si la especialización periodística sobre patrimonio cultural es una prioridad en la redacción de la televisión pública de la Comunitat Valenciana, disciplina esta que deriva de una nueva e imprescindible formación de los agentes involucrados en la gestión de contenidos sobre cultura y patrimonio, para que puedan adecuarse a los nuevos entornos digitales.
10. Valorar la política y el esfuerzo que Televisión Valenciana puede estar realizando para adecuarse a la inexorable revolución digital que está suponiendo nuevas formas de comunicación, y describir la importancia que para la difusión del patrimonio cultural puede tener la explotación y la distribución de sus contenidos en las nuevas plataformas (Internet, telefonía móvil, televisión digital, dispositivos portátiles, etc). Es decir, comprender que los creadores de contenidos audiovisuales han de tener en cuenta que los consumidores pueden aceptar sus productos de manera, espacio y tiempo muy diferentes.

1.3. Método de investigación

A partir de los objetivos trazados se desprenderán distintos métodos de investigación, que mediante una serie de planteamientos teóricos y hechos ordenados, un juicio lógico y un análisis que facilite la interpretación de cuanto suceda en la difusión audiovisual del patrimonio histórico artístico.

Como método entendemos el camino que seguimos, o una manera ordenada de proceder para llegar a un fin. Para iniciar un proceso de búsqueda es bueno partir de un marco teórico para orientar los pasos y a la vez definir claramente los objetivos que se han marcado. Según Aranguren (1997: 18), método es el camino de la ciencia, que no está trazado de antemano (¿quien iba a haberlo trazado?) sino que se hace volviendo la vista hacia atrás, reflexionando sobre el método o el camino recorrido, puede considerarse, en sí mismo, la cuestión del método. Por una parte se adopta una postura metodológica basada en el estudio y análisis exhaustivo de la bibliografía existente sobre el objetivo de la investigación, así como de la legislación vigente sobre patrimonio cultural. Las técnicas cuantitativas³⁴ nos ofrecen la posibilidad de realizar un análisis en profundidad y obtener de la manera más objetiva posible esbozos de una cuestión. Escoger entre los métodos cuantitativos y los métodos cualitativos supone hoy una falsa disyuntiva metodológica. La elección de uno u otro método depende lógicamente de la naturaleza del fenómeno que se pretende investigar y del marco teórico que orienta la búsqueda de información. A este respecto, se considera el método cuantitativo como el más acertado para el desarrollo de esta investigación. Las etapas del proceso de investigación que se va a considerar en la presente tesis doctoral son las consideradas en la figura 1:

³⁴ El análisis de contenidos cuantitativos, de base empírica y estadística, es esencialmente descriptiva. Parte de la perspectiva funcionalista que tiene sus orígenes en EE.UU tras la 2º Gran Guerra y defiende asegurar la continuidad de la cultura establecida (la defensa del modelo occidental) por oposición al comunismo. Este tipo de análisis considera a los medios de comunicación como un instrumento muy poderoso y definitorio de la sociedad y la cultura de masas. Este método se basa en dos grandes consideraciones previas. La primera es que la conexión entre el marco externo de referencia y la referencia del contenido que se analiza sea suficientemente clara, y la segunda que la frecuencia validará el significante predominante del contenido de una manera claramente objetiva.

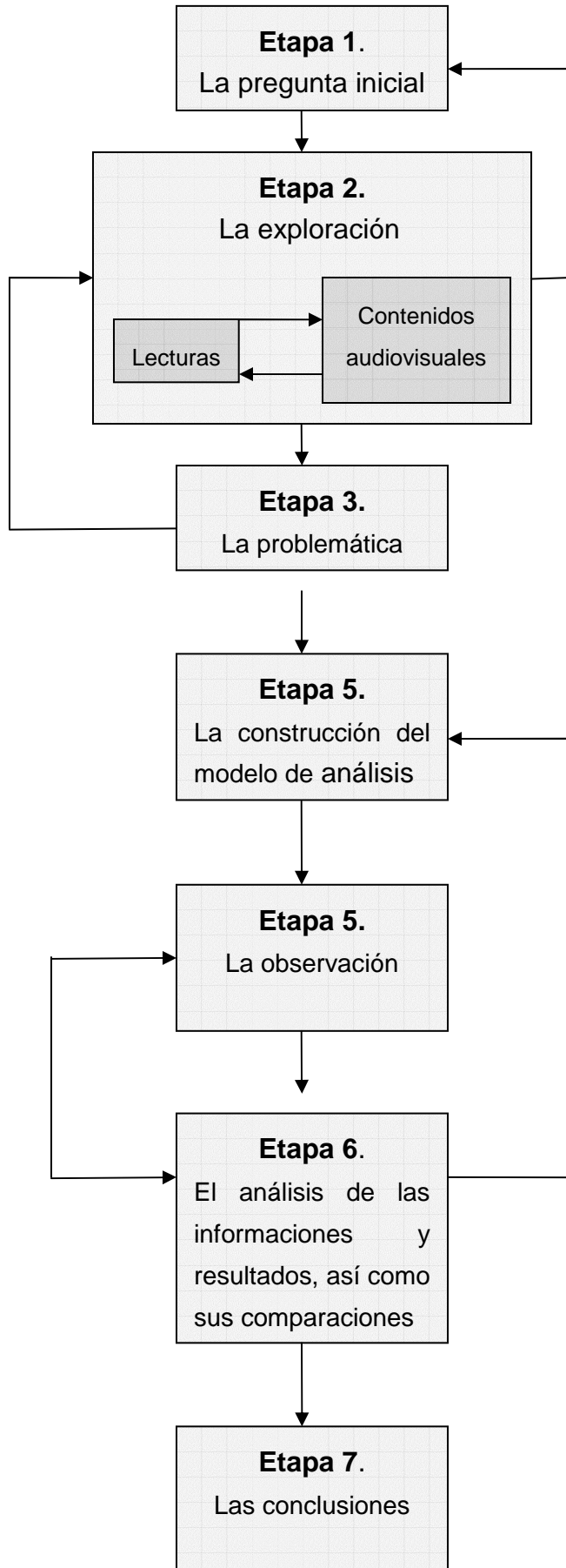


Fig.1

En cualquier caso, la distinción entre análisis cuantitativo y cualitativo es débil porque los aspectos cualitativos se encuentran en toda investigación que parta de una teoría o premisas (Piñuel y Gaitán, 1995: 517-523). Del mismo modo, para Jensen (1993: 14) las etiquetas de cuantitativo y cualitativo se suelen aplicar a metodologías pero la distinción en sentido estricto pierde su importancia en el plano de las estructuras teóricas, “está en la esencia del asunto que la teoría es cualitativa. En tanto que representa una configuración de conceptos interrelacionados”.

Por otra parte y más importante, para esta investigación se considera el análisis de contenido como el método científico más adecuado para concluir a partir de unas hipótesis iniciales unas conclusiones finales. El análisis de contenido se define como un método que estudia y analiza la comunicación de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa, con el propósito de encontrar variables de medidas reales. Se trata de un método sistemático ya que el contenido se selecciona con unas reglas explícitas y aplicadas con consistencia. Por otra parte se considera objetiva, ya que en teoría las inclinaciones personales y subjetivas del investigador no han de influir en el análisis. Las definiciones prácticas y las reglas de clasificación de las variables han de ser sumamente exhaustivas. Es cuantitativa ya que ha de ser la representación exacta de un cuerpo de mensajes³⁵. Se debe considerar que no existe ningún método que establezca y delimite unos criterios con los que obtener una fiabilidad total en el proceso de una investigación científica en la disciplina de la comunicación, aunque es posible la aceptación de distintos tipos de análisis combinados para lograr unas conclusiones más válidas³⁶.

³⁵ En 1969 Holsti definía el análisis de contenido como “cualquier técnica de investigación que sirva para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva, de características específicas dentro de un texto”. Desaparece tanto el requisito de que el análisis sea *cuantitativo* como el atributo *manifiesto* aplicado al contenido objeto de análisis, con lo que se admite por un lado el análisis cualitativo y por otro, el análisis del contenido latente de las comunicaciones” (López-Aranguren, 1986: 366).

³⁶ Para Casetti y di Chio (1999: 324.332), esto puede explicarse a partir de los criterios de validez a los que se remite cada una de las técnicas. Así, mientras las entrevistas, grupos de discusión y la observación participante constituyen un criterio de ejemplaridad en cuanto a los objetos examinados, los métodos estadísticos encuentran significatividad, es decir, el criterio de validez que preside el uso de dichos instrumentos es la representatividad, a nivel de probabilidades, de sus ejemplos. Por último, en relación a la coherencia interna se localizan los análisis textuales, cuya validez depende de la capacidad de instituir conexiones causales entre los datos y de organizarlos a partir de una lógica deductiva (coherencia de las inferencias que

El Análisis de Contenido ha de entenderse como un metatexto resultado de la transformación de un texto primitivo (o conjunto de ellos) sobre el que se ha operado aquella transformación para modificarlo (controladamente) de acuerdo a unas reglas de procedimiento, de análisis y de verificación (Metodología) confiables y válidas, y que se han justificado teóricamente para alcanzar ciertos objetivos interpretativos (Teoría e hipótesis)” (Piñuel y Gaitán, 1995: 519). Actualmente, se considera análisis de contenido en sentido amplio al conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicadas a productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) o a interacciones comunicativas que, previamente registradas, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes (Piñuel y Gaitán, 1995: 511). Mediante una lectura científica y sistemática se posibilita realizar deducciones tras un proceso de reducción e interpretación de datos. Se presenta como una técnica intermediaria, en el sentido de que no desemboca generalmente en un resultado por sí misma, sino que proporciona elementos de juicio que permiten deducir algo (Martínez Albertos, 1983: 139). Antes de entrar en las inferencias debe quedar claro qué datos se analizan, de dónde se extraen y de qué manera se definen. Hoy en día, se utiliza ampliamente en estudios sobre la representación de la violencia en televisión o en comunicación política, “el análisis de contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos” (Krippendorf, 1980: 27). Al respecto de este método de investigación, “esta técnica parece irse conformando como una metodología de preferencia para establecer la cartografía o las fotos de situación de la comunicación humana. Es decir, como método para conformar la descripción ordenada tanto en superficie como en profundidad, de repertorios comunicativos y culturales y como método inicial de constitución de

se hacen en las observaciones, de lo general a lo particular). Tanto los primeros como los terceros instrumentos atribuyen mayor importancia a la profundidad que a la extensión, a la interpretación que al registro, es decir, poseen una vocación cualitativa. La tradición epistemológica proporciona dos criterios de validez opuestos: la validez externa, es decir la capacidad de un determinado instrumento para facilitar ejemplos estadísticamente representativos, datos extensibles y generalizables, y la validez interna, es decir, la coherencia del enfoque de investigación, la elegancia de los modelos explicativos, la organización causal de los datos. La tradición considera que ambos criterios mantienen una relación de proporcionalidad inversa, por lo que cuanto mayor sea la validez interna de los resultados, menor será la posibilidad de generalizarlos.

una ecología cultural a partir de la investigación de la comunicación de masas. De forma más rigurosa se podría definir el análisis de contenido como cualquier procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información archivada, y constituye una técnica centrada en el análisis de mensajes por lo que puede considerarse el método por excelencia de investigación en comunicación” (Igartua y Humanes, 2004: 18).

En definitiva se trata de una investigación “sistemática, controlada, empírica y crítica. Sistemática y controlada implica que hay una disciplina constante y no se dejan los hechos a la casualidad. Empírica significa que se basa en fenómenos observables en la realidad y crítica quiere decir que se juzga de manera objetiva y se eliminan las preferencias personales y los juicios de valor” (Kerlinger, 1975:11). Para la presente investigación, y una vez conocidos y presentados los objetivos de la investigación, además de formuladas las hipótesis, se ha de determinar el universo de los documentos que se pretende analizar. En este caso el universo está definido por dos grandes tipologías de programación sobre cultura y patrimonio artístico.

Por una parte los programas que poseen una estructura televisiva de debate, que lo forman únicamente los cuatro programas desde que Televisión Valenciana iniciara sus emisiones regulares el 9 de octubre de 1989; estos son, *Enquadres*, *L'Esfera de la Cultura*, *Colp d'ull* y *Encontres*.

Por otra parte, se analizarán los contenidos de programas culturales sobre patrimonio que poseen una clara tipología seriada, es decir que su totalidad la forma una sucesiva disposición de capítulos que se van sucediendo hasta conseguir el número de capítulos que componen la serie.

En este caso se analizarán *Les cartoixes Valencianes*, *De festa le vespra*, *Els castells en el temps*, *La Finestra discreta*, *Monuments. Histories vives*, *Museos de la Comunitat Valenciana*, *La casa de la mirada*, *Viatjar sense bitllet*, *Mirar un quadre*, *Les festes*, *Viatgem per casa*, y *Valencians que fan història*. En lo referente a los programas con una tipología de debate, la macromuestra obtenida tras el análisis de los programas documentales indicados, nos va a delimitar y definir los siguientes datos estadísticos:

- La procedencia geográfica del personaje. Las procedencias geográficas consideradas son, América del Norte, América del Sur, Asia, África, Oceanía, Madrid, Catalunya, Comunitat Valenciana y Resto de España.

- La categoría temática que define la acción creativa del personaje. En cuanto a las categorías temáticas que limita la acción creativa del personaje invitado son; Dir.Cine, Actor Cine, Dir.Teatro, Actor teatro, Dir.Orquesta, Músico, Compositor, Crítico artístico, Pintor, Dibujante, Escultor, Escritor. Periodista, Fotógrafo, Viajero, Artista Multidisciplinar, Historiador de Cine, Presentador TV, Político, Poeta, Editor, Torero, Filósofo, Crítico Literario, Historiador del Arte, Productor Cine, Cantante, Politólogo, Profesor, , Catedrático, Documentalista, Filólogo, Técnico Audiovisual, Jurista, Coreógrafo, Bailarín, Arqueólogo, Científico, Historiador, Realizador, Guionista, Traductor, Arquitecto, Ceramista, Diseñador, Psicólogo, Cocinero, Actor TV, Etnógrafo, Sociólogo, Pedagogo, Enólogo, Deportista, Restaurador, Botánico.

- La tipología del reportaje que es presentado en cada capítulo. La tipología de los distintos reportajes emitidos en cada uno de los capítulos de estos programas son; Televisión, Cine, Literatura, Teatro, Escultura, Danza, Pintura, Música, Fotografía, Diseño, Poesía, Ópera, Escultura, Comic, Patrimonio Artístico, Arte Contemporáneo,

1.4. Presupuestos epistemológicos.

La cuestión inicial de *para qué* o *para quién* de una Tesis Doctoral sobre “desarrollo de contenidos digitales en la difusión audiovisual del patrimonio histórico-artístico valenciano”, es en principio la gran intención. Una conclusión como respuesta, *a priori*, no debe separarnos del enunciado que se presenta, y no debería confundirnos con los aspectos epistemológicos que lleva implícita toda respuesta. La intencionalidad del estudio debe ser relevante no sólo para el investigador, sino para la comunidad científica a la que va destinado. Por su parte, en el entorno social, cultural y televisivo, en su producción, realización y emisión se hace eco de tal investigación, y será en ésta, donde el sujeto investigador y el objeto investigado se cristalizan en un sentido final.

Pero para garantizar la científicidad de la presente investigación, se ha de tener una actitud de vigilancia y reserva sobre las verdades y certezas que generalmente tienen un matiz provisional. Así, como vigilancia epistemológica podemos considerar la actitud que toma el científico con su práctica investigadora, que consiste en una actitud incesante de búsqueda polémica de las condiciones de generación del conocimiento científico. Por esta razón la presente tesis tenderá a sufrir cambios y modificaciones debidos a futuros recursos de investigación sobre el tema cuestionado.

Lo relevante del tema a estudio, puede chocar frontalmente con los problemas referentes al juicio científico, cuestiones éstas que Wartofsky (1973:38) ha descrito, cuando afecta a problemas de índole filosófico, en dos grandes grupos:

- Metodológicos: Problemas que tienen que ver con los métodos de proceder de la investigación.
- Sustantivos: Tienen que ver con el mundo del científico, y en el cual se activan dichos métodos de proceder.

Algo que pudiera parecer como insustancial y falto de rigor científico, puede resultar de enorme trascendencia, cuando el objeto a estudio y el tema que se va a tratar entronca directamente con la propuesta de la cita de Weber, en nuestro caso, sobre los *contenidos audiovisuales como Patrimonio Histórico-Artístico*.

Que tal matización (sustantiva) se anteponga como una *cuestión de arranque*, como algo más allá de lo normalmente explicitado, antes de entenderse como obediente a una cuestión de principio, valga la redundancia, pues que de lógica se trata, y no de otra cosa. Porque, en efecto, tratar de no eludir, al menos eso, tantas cuestiones sustantivas (como la polémica sobre la objetividad y la legitimidad de ciertas entidades teóricas, como las relacionadas entre la ideología y ciencias sociales, entre sociedad e historia, comunicación establecida y poder), así como otras de carácter más estrictamente metodológicas, caso del papel que juegan ciertos conceptos y prácticas científicas (observación, medida, hipótesis, contrastación, inferencia, interpretación, etc), presupone a su vez la consideración de que tales cuestiones merecen la pena tratarse, también en las denominadas Ciencias de la Información. Y no sólo eso, “sino de que además debieran tratarse, en ocasiones como la presente, con anterioridad a cualquier otra consideración, no por mera servidumbre a lo exigible académicamente, según una lógica de costumbres, sino en razón de un uso (autocrítico y fundamentado) de la *mínima lógica* que parece pertinente no escamotear en estas lides” (Quilez, 1990:3-4).

Para el estudio de la nueva televisión temática, reticulada, creadora de la metáfora del *mosaico*, no podemos centrarnos únicamente en la observación interna de los procesos, sino que son necesarios unos argumentos más extensos, como económicos, políticos, sociales y cómo no, culturales y artísticos. Por ello, adoptamos la perspectiva del analista, y hablaremos de un macrotexto diversificado, siendo el elemento integrador en concepto amplio de televisión con todas sus variantes técnicas, comunicativas, mensajísticas y expresivas.

En este presente y futuro es donde se establecen las raíces de la futura sociedad, de su cultura en general, audiovisual y multimediática en particular. No debemos permanecer aislados de este movimiento. Hay que observar y analizar los profundos cambios que esta realidad genera, entrar en el debate crítico, aportar un pensamiento vitalizador y de apertura de nuevos horizontes y reclamar planteamientos de desarrollo social y cultural que superen las meras estrategias comerciales con las que se diseñan los nuevos canales comunicativos y televisivos.

Las proyecciones de tendencias están sometidas a tales cambios, condicionamientos, resistencias y reajustes que las previsiones. Quedan siempre desmontadas por la evolución de los hechos. En esta trayectoria la televisión emprende ahora la convergencia con otros medios, como Internet, pero a la vez despunta ya un posible desarrollo de vinculación con la telefonía móvil de tercera generación. Por tanto, el análisis que se ofrece no puede quedar clausurado, sino que permanece atento a los cambios y a las variantes que se introduzcan en cada uno de los sistema televisivos y al desarrollo de nuevas metodologías de investigación televisiva, -como podemos ver desarrollado en la obra de Casetti F. y Di Chio, *El Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación* Paidós, 1999-, en el ámbito del arte, la cultura y el patrimonio (Cebrián, 2004:19).

El término *Digital* del título está inexorablemente unido a la evolución de los nuevos medios de comunicación digitales y a su definitiva convergencia. Las nuevas posibilidades que ofrece la difusión de contenidos audiovisuales mediante el empleo de multiplataformas en las aplicaciones multimedia, no sólo para llegar a audiencias más amplias, sino para subirse al tren de los nuevos sistemas de implantación de archivos digitales, hace que todos los contenidos existentes sobre patrimonio cultural puedan ser empleados para crear recursos más atractivos gracias a las posibilidades que el lenguaje no lineal puede ofrecer en la difusión del patrimonio. También responde a los nuevos modelos de representación, difusión, recuperación y conservación de información audiovisual en las distintas plataformas y canales actuales (móviles, Internet, PDA, gadget multimedia, etc). De esta manera, los centros de difusión de cultura audiovisual frente a los lectores-usuarios de esos nuevos contenidos,

pueden cumplir su misión educativa en un contexto más sencillo de entender que en un lugar real, sin tener que obligar a las personas a las limitaciones del horario. Pero, los diferentes tipos de formatos multimedia para generar espacios basados en el conocimiento no se ha explorado todavía. Esto es sorprendente, ya que las instituciones culturales así como las televisiones disponen de bases de datos digitalizadas y documentos audiovisuales para proyectos culturales. Estas bases de datos establecen una red semántica con información sobre técnicas, movimientos de arte, relaciones entre objetos, trasfondo histórico, etc.

La utilización de este conocimiento para las presentaciones adaptativas basadas en las distintas estrategias de producción y distribución multiplataforma permitirán satisfacer las misiones didáctica y expositiva de las instituciones culturales audiovisuales, de modo que el espectador pueda entender mejor los objetos mediante el contexto. La convergencia tecnológica es sin duda junto con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, el mejor modo de democratizar los contenidos audiovisuales sobre el patrimonio cultural valenciano.

La televisión pública valenciana TVV, como gestora del mayor depósito documental de contenidos audiovisuales y por tanto objetivo principal de la presente investigación está llevando a cabo, desde el mes de septiembre de 2007 el proceso de digitalización de sus fondos documentales. La incorporación de las últimas tecnologías en este campo, unido a la gran cantidad de material documental existente en sus fondos, ha llevado a RTVV a iniciar este proceso en el que participan la mayoría de los departamentos del ente público. Fuentes del mismo ente aseguran que “dos son los objetivos fundacionales que busca en grupo RTVV con la digitalización de sus fondos documentales”:

Por una parte facilitar a los profesionales que integran la plantilla el acceso a la información almacenada y, en segundo lugar, preservar el importante y amplio patrimonio audiovisual de la Comunitat Valenciana que constituye el material documental existente en las instalaciones del Centro de Producción de Programas de Burjassot, así como en las delegaciones de

Alicante y Castellón. A su vez, a la conclusión de este proceso de digitalización se dispondrá de una tecnología de vanguardia que incluso podría permitir acceder a los fondos documentales de RTVV no sólo a los trabajadores del ente público, sino también a los particulares o empresas interesadas”³⁷

³⁷ En “RTVV .La Revista”. Nº 4. Primavera de 2007. Pág. 101

Parte II
**Cap 2. Transformaciones culturales
debidas al impacto televisivo**

2.1. La televisión como socializadora del patrimonio Histórico-Artístico

Analizar y abordar las estrechas relaciones existentes entre los medios de comunicación y los especialistas en Patrimonio sería reconocer que los media constituyen la principal fuente de información de la que dispone el gran público³⁸. El medio televisivo, como espacio socializador más importante entre los medios de comunicación de masas, no queda al margen en cuanto a su ingente importancia en la política de difusión audiovisual del patrimonio artístico diferenciador. Huelga decir que el margen de preocupación que hoy puede parecer estable en la sociedad, es en parte gracias a la aparición de la información sobre patrimonio en los medios de comunicación, especialmente la televisión.

Una cultura se crea dentro de otra cultura que ya ha sido reconocida, y ambas se interrelacionan de forma imbricada, reconstruyendo una nueva. Y este es el modo con el que la cultura de masas se desarrolla.

Respecto a la cultura de masas, el semiótico italiano Umberto Eco (1981: 47), señala que “a partir de este momento, incluso la noción de cultura exige una reelaboración y una reformulación (...). Cultura de masas se convierte entonces en una definición de índole antropológica (del tipo de definiciones como *cultura bantú*) apta para indicar un contexto histórico preciso (aquel en el que vivimos) en el que todos los fenómenos de comunicación- desde las propuestas de diversión evasiva hasta las llamadas hacia la interioridad- aparecen dialécticamente conexos recibiendo cada uno del contexto una calificación que no permite ya reducirlos a fenómenos análogos surgidos en otros periodos históricos”.

En las relaciones entre la comunicación y la cultura, en este caso como productos audiovisuales sobre patrimonio artístico, y llegado a estos momentos iniciales de la investigación podemos introducir el término *comunicación intercultural*³⁹. La *comunicación intercultural* es un ámbito privilegiado para

³⁸ J.Phares. Vice-Presidente de ICOMOS Internacional, 1997.

³⁹ En el artículo “Los estudios de Comunicación Intercultural (RODRIGO Alsina, 1996 c) el autor

resaltar las interrelaciones entre la comunicación interpersonal y la mediada. Por un lado, en la comunicación intercultural se parte del principio de la dificultad o imposibilidad de comunicación entre los implicados. El proceso básico empieza con la percepción de las diferencias que sugiere que los participantes a menudo no comparten normas, creencias, valores y ni tan siquiera modelos de pensamiento y conducta. En la comunicación intercultural no puede presuponerse que lo que pretende comunicar el emisor sea lo que interprete el receptor. Es decir, en la comunicación intercultural mediada se pueden dar contextos de recepción muy dispares y que nada tengan que ver con el contexto de producción del mensaje.

En este sentido, “muchos programas producidos en los Estados Unidos han dado lugar a muy distintas interpretaciones en algunos países. Por esto es importante tener en cuenta la comunidad interpretativa y los contextos de recepción. Es decir, en los estudios de comunicación intercultural son patentes las relaciones entre la comunicación mediada y la interpersonal”⁴⁰

Acerca de los estudios de productos audiovisuales en la comunicación intercultural, Jorge Grau Rebollo (2002: 21), asegura que “estos estudios mantienen una posición todavía subsidiaria con respecto a otros formatos de fuentes documentales, continuando el texto escrito como principal referente analítico”

Así pues, el desarrollo de la cultura (tanto el patrimonio artístico, como cualquier potencial sistema cultural televisivo), está íntimamente condicionado por comunicación intercultural. La aportación que puede ofrecernos los media respecto a la cultura queda cristalizada en la llamada *cultura mediática* y por extensión *cultura de masas*.

propone la construcción de un campo de estudio de la comunicación intercultural más integrado, donde el concepto de identidad sirva como puente entre la comunicación intercultural interpersonal y la mediada.

⁴⁰ RODRIGO, Alsina, M. *Estudios de Comunicación Intercultural* (1). En <http://www.ehu.es/zer/zer1/4notinvrodr.htm>. (Consultado el 27 de junio de 2007)

“El hecho de que cualquier consideración sobre los medios suponga también un hecho cultural trasciende el concepto de medios de comunicación como meros instrumentos de propagación de contenidos culturales y los transforma en productos de cultura” (Rodríguez, 2003:17).

Para Sánchez Noriega (1997: 38) categoriza los modelos de producción artística y de reproducción técnica en los procesos industriales mediáticos. El mismo autor indica que la “difusión masiva de creaciones singulares gracias a la intervención técnica donde la obra no sufre ningún tipo de transformación en su contenido original, como sucede en la literatura o en la música moderna, dado que cada ejemplar de un libro o de un disco de rock es idéntico al original”. En este caso la técnica es neutra, pero no así la publicación; la *guía de lectura* que supone el lanzamiento editorial puede dar un sentido preestablecido a su lectura y puede suponer una fruición del receptor según pautas de consumo niegan el potencial crítico-artístico de la obra. Otra cuestión distinta es la literatura de encargo, donde la industria editorial subordina la creación a la difusión masiva y donde la técnica ya no se refiere únicamente a la reproducción de una obra original, sino que se instala en la propia producción.

Por otra parte, la difusión masiva de productos únicos gracias a la intervención técnica donde la obra original no es idéntica a ese producto, pero donde esa intervención se limita a posibilitar la difusión masiva, como sucede en la reproducción de láminas de pintura o en las emisiones radiofónicas y ediciones discográficas de música clásica. En este caso, inevitablemente hay una pérdida de contenido original y también se establecen pautas de consumo que descontextualizan la pretensión creadora del artista. Pero no cabe duda de que se posibilita el acceso a esas obras para grandes masas de la población.

La difusión masiva que entraña un cambio de género y/o de las condiciones inherentes al proceso creador, de modo que el producto vehiculado por los medios no es propiamente la obra en sí, sino una reproducción que puede servir como referencias. Se trata del teatro televisado o fotografías de obras arquitectónicas, donde el mensaje de los medios de masa es más bien un signo que remite a un original y que se puede aceptar en

la medida en que se muestre como tal signo, es decir, sin pretender sustituir al original. Sin embargo, en el caso del teatro⁴¹, nadie duda de la autoría del texto teatral cuando se edita en un libro, lo que no sería muy diferente de su retrasmisión radiofónica o televisiva. En este punto cabe hablar de recreación del original, pero también de desmantelación en aras de la comercialización.

La creación de obras mediante técnicas que, desde su origen, llevan en sí la posibilidad y hasta la necesidad –derivada del coste del proceso industrial de la difusión masiva, como en las películas comerciales y las creaciones de televisión, supone que en el proceso creador ya está presente, implícita o explícitamente, la pretensión de agradar al público, es decir, la comercialización. En el peor de los casos, esta pretensión está en el origen y la producción industrial de la obra ahoga toda perspectiva artística; en el mejor de los casos, haciendo de la necesidad virtud, el creador se vale de recursos para combinar la caricia estética con contenidos no comerciales. Incluso, en cierto cine, se renuncia deliberadamente a la difusión masiva con todos los riesgos de problemas de financiación y amortización de costes.

Respecto a la extensión de la cultura reflexiva, se puede asegurar que confirmando las tesis de los frankfurtianos Horkheimer, Adorno, Marcuse y Benjamin, la reproductibilidad técnica del arte y las nuevas posibilidades de difusión masiva no han contribuido a la extensión de la cultura reflexiva a quienes por razones socioeconómicas estaban marginados de ella, sino que ha creado una (sub o pseudo) cultura masiva paralela que ha contribuido –en coincidencia con las posiciones de ruptura y ensimismamiento de las vanguardias históricas, posteriormente extendidas a casi todas las formas de creación exigentes- a un reforzamiento de la distancia entre la cultura creativo-reflexiva y el público mayoritario.

⁴¹ Con respecto al teatro televisado, Televisión Valenciana colaboró en la coproducción junto a Index Productions, S.L. de la serie *"historietas medievales"*, una serie de 12 capítulos con una duración de 15 minutos. Esta serie muestra cuentos tradicionales valencianos transmitidos oralmente generación a generación. Son narrados por un grupo de actores utilizando elementos escenográficos sencillos y un set virtual. Interpretada en valenciano, cuenta con la presencia de los actores Xavi Castillo, Dolores Fartaco, Rosanna Espinós y Carles Esteve. El primer capítulo fue emitido el 28 de marzo de 2002, y el último el 8 de abril del mismo año.

En la sociedad pos-industrial las infraestructuras mercantiles han funcionado como superestructuras cosmovisivas que aseguran la pervivencia del sistema. Este proceso de inversión se ha conseguido con la constitución de la sociedad de consumo, cuyo proceso *ideológico* central se basa en la acción de los medios de comunicación que crean la cultura de masas.

Según Adorno y Horkheimer, esto origina el surgimiento del nuevo modelo de la seudocultura, proceso por el que los contenidos intelectuales y culturales se convierten en mercancías y son difundidos a través de los medios de comunicación de masas como parte de una estrategia global de dominio. Sus agentes son los medios de comunicación de masas, y sus efectos la pseudoformación y desensibilización. Estos autores supieron ver –desde sus propios inicios- como esta construcción social de la realidad, vertebrada a través de los medios de masas, constituye una falsa culturización y afecta a los procesos educativos, en tanto que los nuevos modelos educativos surgidos adoptan la estructura de estos medios, cuyos valores se elaboran con claros intereses económicos; por ello la educación se vuelve pseudoeducación, centrándose en la formación y capacitación profesional y ocupacional del individuo en detrimento de la formación integral de éste. De esta manera, pseudocultura y pseudoeducación articulan un modelo ideológico que sirve de superestructura a la sociedad de consumo. La industria cultural⁴² tiende a encarnar pronunciamientos autoritarios y se erige así en profeta irrefutable del orden preponderante. Como consecuencia de esta ideología de falsa cultura surgen nuevas formas de conocimiento de carácter supersticioso que también serán difundidas a través de los mass-media. Nos hallamos ante lo que Adorno

⁴² Sobre las Industrias Culturales se afirma que, “no hay duda de que los medios de comunicación dirigen cada día más la agenda social y cultural de España. Básicamente nos dictan lo que debemos leer, cómo debemos vestir, dónde tenemos que ir de vacaciones, qué películas deberíamos ver e incluso en algunos medios se atreven a decirnos cómo deberíamos votar en las elecciones. (...)Sin lugar a dudas, los medios de comunicación, y muy particularmente la televisión, han conquistado casi todos los espacios de información y supuesta crítica. Varios líderes de opinión señalan cómo se está fabricando un proceso de propaganda silenciosa que amenaza el pluralismo ideológico y la creatividad innovadora y que “se propone domesticar nuestro pensamiento, influir en los corazones y descerebrar nuestras mentes”. Revista Dosdoce Revista de Comunicación Arte y Literatura. , 3/11/04. En “*La pérdida de credibilidad de los medios*”.

denominó *superstición de segunda mano*, que desembocaría en los años treinta en los movimientos políticos irracionales -en los que la *xenofobia o el odio a lo diferente es su único y exclusivo programa*- y en los noventa en el auge de sectas, magos, videntes y corrientes pseudorreligiosas⁴³.

Para Althusser (1974: 29) “la misión política de la cultura de masas sería la de reproducir la sumisión a las reglas del orden establecido, a la ideología dominante, con el fin de asegurar el dominio de la clase en el poder”.

Centrándonos en la actualidad, y respecto a las industrias culturales y las políticas usadas al respecto, Enrique Bustamante (2002: 318) afirma que “las políticas culturales analógicas que se han examinado en España pueden sintetizarse como un edificio débil e incoherente de origen, cuarteado por los prejuicios ideológicos neoliberales, incapaz de remendar los perores efectos de unas derivaciones de mercado que sólo atiendan a beneficios inmediatos y resultan ciegos a los consecuencias, incluso económicas, a medio plazo”.

Así mismo, en cuanto a las políticas culturales digitales, el balance de las políticas que merezcan denominarse culturales en el ámbito digital es mucho más breve, no sólo por el tiempo reciente de su implantación sino especialmente por sus clamorosas ausencias. Y su síntesis puede expresarse como una serie casi total de lagunas conectadas que, partiendo del hipnotismo por las redes y las infraestructuras de telecomunicaciones y su dinámica mercantil, ha permitido además de un notable infradesarrollo de muchas redes como el cable o la TDT, un serio subdesarrollo de los contenidos y servicios culturales digitales españoles que nos sitúa en difícil posición para la transmisión de la proclamada Sociedad de la información, y que nos aboca inexorablemente a una cultura popular.

⁴³ En “*Necesidad de la belleza. Notas sobre la difusión del patrimonio en la sociedad de la comunicación masiva*”. Junta de Andalucía. (Consultado el 12 de febrero de 2007) <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaph/publicaciones/dossiers/dossier01/dossier1art2.html>.

No menos controvertido es el debate de lo que es cultura de masas, lo que se conoce como cultura popular⁴⁴ o del pueblo, reconociendo al medio televisivo como el paradigma de su difusión. Esta se enfrentaría tanto cualitativa como cuantitativamente a la llamada *cultura culta* (Morin, 1962:36), en la cual “el paradigma de esa cultura sería el arte en todas sus formas, y que contiene una connotación valorativa según la cual se autoproclama como la verdadera cultura”. Partiendo de estas discutibles ideas, podríamos indicar que hay dos tipos de cultura; una destinada a un público generalizado, poco ilustrado y con una capacidad crítica muy limitada, y por otra parte un modelo de cultura elitista e inaccesible a gran parte del espectro social.

Avanzando en la exposición de la presente investigación, sin abandonar las relaciones entre la difusión audiovisual y el patrimonio cultural, podemos aceptar que situando estos dos supuestos tipos de cultura en una disposición lineal, aparecerá una tercera cultura, en un estado intermedio y equidistante a posición extrema. Es la que según Peter Burke denomina *hibridad cultural* (1991: 49). Según se muestra en la figura 1, y según esta concepción, “los medios de comunicación social no han barrido las formas tradicionales de expresión cultural, sino que han contribuido a una remodelación que han transformado y desplazado los modos anteriores de concebir la cultura; lo masivo, lo popular y lo elitista ya no se encuentran en sus lugares habituales”.

Lo tradicional y lo moderno se mezclan continuamente. Aporta el mismo autor (1991: 54), “que en este contexto, en el que la mayor parte de nuestra cultura en esos tres frentes pasa por los medios de comunicación de masas, una televisión cultural sería un procedimiento integrador de las diferentes formas de cultura; un instrumento capaz de establecer un lazo entre las culturas

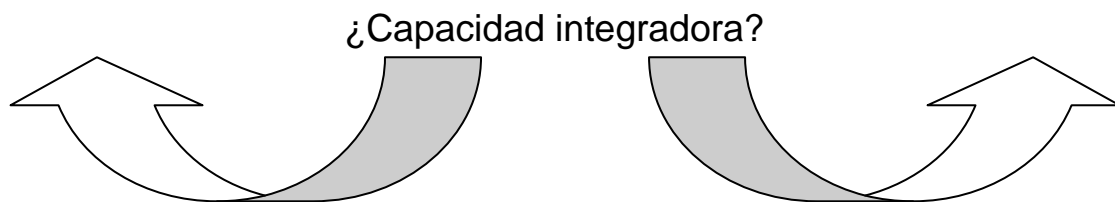
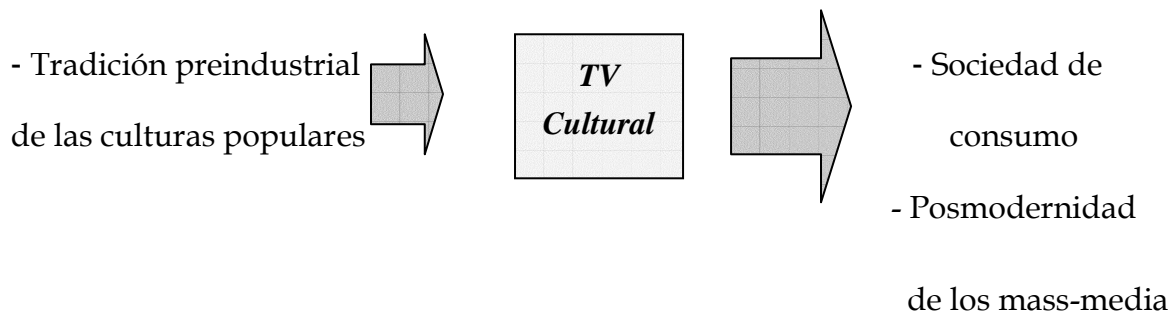
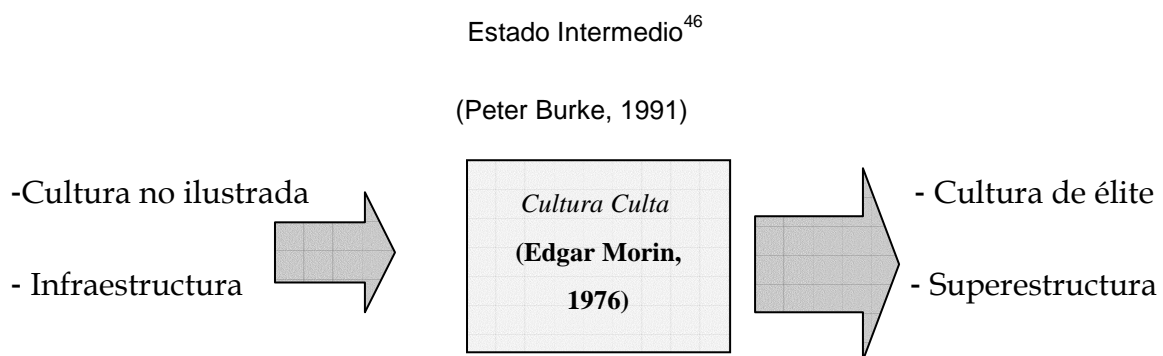
⁴⁴ Según Pastoriza, *Cultura Popular*, “es literalmente la cultura del pueblo, que procede del pueblo, concepto que define lo que es cultura no a partir de la calidad, sino de la autenticidad de sus orígenes o la pureza de sus raíces. La cultura popular designa el conjunto de prácticas sociales generada por las clases populares y que se perpetúan por la tradición. La auténtica cultura sería aquella que no cambia, ya que no podría hacerlo sin deformarse, sin contaminarse, y, por lo tanto, algo a preservar. Muchos encuentran en esta definición el primer argumento crítico contra la televisión como cultura. Para estos críticos, a través de la televisión la cultura de masas no hace sino apropiarse de elementos de la cultura popular y transformarlos, según los criterios y los intereses de una minoría dirigente, para su fácil asimilación por una audiencia masiva, convenciéndola de haber realizado un encuentro valioso con la cultura anulando el planteamiento de otras inquietudes y reivindicaciones inherentes a la cultura popular”.

y la sociedad de consumo; de liquidar el desdén hacia la cultural de masas, de promover el abrazo entre la posmodernidad⁴⁵ de la comunicación de masas y la tradición preindustrial de las culturas populares; de terminar, en fin, con la adjetivación discriminatoria de la cultura cualquiera que sean sus niveles de producción y consumo”.

Estudiar la cultura de masas mediante tesis antropológicas es una consecuencia de este planteamiento, del que Edgar Morin (1962: 45) afirma que “un cuerpo complejo de normas, símbolos e imágenes que penetran dentro de la intimidad del individuo, estructuran sus instintos y orientan su emociones. La cultura no será ni infraestructura ni superestructura, sino el elemento que las liga”.

La forma en la que actuaba Bernard Pivot, conductor y director del programa *Apostrophes*, -el programa cultural más importante nunca en la televisión europea- se acercaba mucho a esta tesis integradora de Peter Burke. Según el mismo Pívor “el público no sabe nada, yo tampoco, y los intelectuales y los escritores saben muchas cosas. Pero yo, al haber leído sus libros, sé lo suficiente para ser el mediador entre la ignorancia de unos y el conocimiento de otros; entre el espectador y los escritores”. La formula presentada por Pívor en sus emisiones faro ha estado inspirada en la tradición francesa de los salones literarios. Así seleccionaba a sus invitados, fundamentalmente escritores, universitarios y periodistas, según la actualidad del momento o en torno a un tema concreto (sobre la creación literaria, la política, temas de sociedad y debates diversos).

⁴⁵ “La posmodernidad se definiría por el rechazo hacia el modernismo cultural y la admiración por la modernización capitalista. En opinión de sus defensores, el abandono programático de la modernidad cultural debe dar lugar a una saludable sentido de la tradición que alimente una cultura de sala de estar, que controle y adormezca la memoria histórica para que ésta fluya sin planear problemas”. RODRÍGUEZ Temiño, I (1998), “*La tutela del Patrimonio Histórico de la modernidad a la posmodernidad*”, en Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. PH. Nº 23, año VI, junio de 1998. Pág. 91



⁴⁶ Según Peter Burke, la enorme distancia entre la llamada *Cultura Popular* y la *Alta Cultura*, produce una cultura de *Estados Intermedios*. Son en esos espacios donde los medios de comunicación han encontrado su lugar de expresión, una nueva forma de entender la cultura. Formas tradicionales se entremezclan con lo moderno. En ese lugar es donde pueden habitar las tesis de Hibridación Cultural que más arriba se han señalado.

En esa posición híbrida antes analizada, equilibradora de valores culturales se puede mostrar el potencial de una televisión cultural, reafirmando que en palabras de Rodríguez Pastoriza (2003: 32), “lo que se pretende con la televisión es hacer de mediador entre los escritores y los lectores, entre el arte y la sociedad, entre la literatura y la vida”. Así, podemos considerar el valor añadido de la televisión cultural que sobre patrimonio histórico-artístico hoy se está produciendo.

Sobre la posición que debe adoptar la televisión en lo referente al tratamiento cultural de sus contenidos audiovisuales –en este caso sobre la difusión del patrimonio histórico-artístico, Martín-Barbero (1988: 21) defiende que “un determinado y exclusivo tipo de prácticas y de productos valorados ante todo por su calidad, calidad que se halla socialmente ligada a su capacidad de distinguir a aquellos que la poseen, tanto en el plano de las destrezas como de los productos”.

Televisión y difusión forman una simbiosis más que necesaria para el impulso de una sensibilización sobre esta categoría cultural. Según J. Pahres “la aparición de una conciencia patrimonial constituye un estado decisivo en la apropiación del Patrimonio. La identificación por medio de una vuelta a las fuentes, a todas las fuentes, da lugar a todos esos lanzamientos de campañas e inventarios, y a la campaña de salvaguarda del Patrimonio a través del mundo”.

Los bienes que conforman el patrimonio ven en los espacios televisivos una oportunidad pedagógica⁴⁷. Para conseguir una amplia aceptación social de estos productos audiovisuales es necesario instrumentalizar una pedagogía de la opinión pública. Y son los Media los que crea esas corrientes de opinión, los capaces de ofrecer a las organizaciones que regulan cuestiones sobre el Patrimonio, las herramientas necesarias para la difusión, defensa y protección del Patrimonio. Pero, no cabe duda que la relación entre información-cultura o telediario y cultura no carece de grandes problemas de concepción.

⁴⁷ Respecto a las posibilidades pedagógicas y didácticas de los contenidos audiovisuales, estas son argumentadas y analizadas en el capítulo 3º, punto 3.6. “*Función didáctica de los contenidos audiovisuales sobre patrimonio cultural*”.

Concebir un espacio cultural independiente dentro de la escaleta de un informativo actualmente no sólo depende de la noticia en sí, sino también del lugar que ocupe en el informativo y la progresión de dicho informativo. El redactor se convierte entonces en un comunicador de cultura, en un transmisor de una específica materia, para la que en mucho de los casos no puede o no pretende estar instruido.

Al respecto Margarita Rivière (1994: 22) escribe que “por haber pasado años dedicada a hacer información cultural, en su acepción más amplia, sé lo mucho que un periodista sufre, bien inútilmente, por cierto, al ver su magnífica información sobre una novedad literaria o científica desaparecer de la edición del diario y ser sustituida por un suceso o una declaración política. Para trabajar en una sección de cultura, entendida ésta como aquel lugar en que se habla de libros, de arte, de música, de ciencia, de espectáculo, de cine, de la creación en general, de la civilización y de las investigaciones de los hombres sobre sí mismos y de otros recreos ara el espíritu, hay que tener claro que cualquier trabajo muy bien hecho puede desaparecer del mapa si el periódico o el telediario, necesita más espacio para otras noticias”.

Nada hay más móvil en este aspecto, que la sección de cultura y de espectáculos. Por lo tanto, el periodista que quiera dedicarse a estos temas debe hacerlo con la humildad de quien sabe que realiza un trabajo que en los medios se suele considerar superfluo y de poco interés el periodista de cultura que se atreva a romper el papanatismo ambiental y sacar del anonimato a un joven creador deberá justificar lo injustificable a través de alguna hazaña esotérica de su protagonista. “Así que un escritor que es un asesino o un pintor que trafica con drogas o un músico que escandaliza tendrá siempre un trato informativo preferente frente a los que no hacen ninguna de estas cosas, porque la cultura ya no es una cuestión de calidad o de gusto, sino de llamar la atención y de vender más gracias a este sistema cualquier periodista medianamente interesado por el arte, el cine, la música o la escritura debe tener un espíritu sacrificado y paciente hasta los límites más inverosímiles” Margarita Rivière (1994: 24) . Se dirá que, seguramente, lo que no se espera de un periodista es, precisamente, sensibilidad cultural en el sentido más clásico. Es muy posible que la forma de trabajar hoy día este tipo de

informaciones lleve a la insensibilización forzosa, pero esto es un error. Quizás la gente no compre los periódicos para saber cuáles son las novedades culturales del día, pero seguramente lo agradece cuando así le explica. Se parte, en cierta forma, del error de que la cultura es una cosa tan complicada como la economía y que es una aburridísima cuestión de sabios excéntricos. “Es este error, precisamente, de los incultos que pretenden a toda costa ocultar su miseria. Porque nada ha de haber que hable más a la gente sobre lo que es la gente que las novelas, las canciones, los colores y los argumentos” Margarita Rivière (1994: 25).

Una noticia sucede a otra en un desalojar sin fin a la anterior, sin que se produzca necesariamente una relación constrictiva ni dialéctica con la anterior u otras colaterales. Con la masificación de la comunicación, este fenómeno se acentúa y el exceso⁴⁸ de acontecimientos anula la posibilidad misma de la acción histórica. En la inflación presente que ha llegado a ser la actualidad, no hay tempo para la *re-flexión* –el volver sobre lo dicho a partir de una reflexión sobre lo realizado-, ni para la distancia crítica. Todo es *in-mediató*; aparentemente historiado –integrado en un relato de los hechos- sin que nada sea realmente histórico.

Se asienta de esta manera una verdadera cultura televisiva, con su código particular de representación, sus peculiares modos de mostrar, que fomenta una suerte de *memoria del presente* basada en la simultaneidad con el acontecimiento y su constante rebrote en relato. Como decía Baudrillard (1991: 62), “la dilución de la Historia como categoría facilita su retorno como *revival* (espectro de la historia) en formas memorizadas –conmemoraciones históricas, *remakes* cinematográficos- en las que el relato (la vuelta narrativa

⁴⁸ Con respecto al exceso de producción audiovisual en la actualidad “hoy asistimos en la sociedad occidental, a una transformación irreversible; la superproducción –el exceso capitalista- ya no es sólo superproducción de bienes materiales, se extiende al universo de bienes simbólicos, a la reproducción. Las imágenes, los signos, los discursos invaden el espacio cotidiano hasta saturarlo y a veces obturar el intercambio, formando una pantalla en la que se proyecta y al mismo tiempo se clausura el universo de representación. El *potlatch* semiótico, el derroche de imágenes, ha impuesto su ley basada, ya no en el lujo, sino en el gasto más o menos gratuito, redundante, serializado, se signos: imágenes de papel, imágenes de marca, imagerías (conjunto de imágenes tópicas), imaginarios del planeta y de la violencia, representaciones de la muerte y del horror han invadido los medios de comunicación. La publicidad, el cine, introduciendo cambios rotundos en el régimen de visibilidad moderno. Gérard Imbert, en *La intimidad como espectáculo*, Revista de Occidente, N° 201, febrero de 1998.

sobre lo acontecido) suple la carencia del acontecer, la ausencia de acontecimientos nuevos; donde la dimensión espectacular prevalece sobre la autenticidad histórica; donde el dramatismo hace de *efecto histórico* y el ver hace las veces de saber”.

Esto se plasma –como escribía Arnheim (1996: 62) “en una *experiencia de la simultaneidad* que asienta una cultura del mostrar que sustituye el tiempo del directo (la narración simultánea) por un tiempo real (el tiempo del acontecer) y transforma el tiempo diferido de la narración histórica en tiempo inmediato – tiempo en vivo-, en *live-*, consagrando así la hegemonía de lo visible, de lo descriptivo, sobre el entender, el analizar y el debatir”.

El periodismo cultural⁴⁹, por otro lado y dejando aparte la frustración que genera, tiene aspectos claramente gratificantes para quien lo ejerce: la posibilidad de tratar a personas creativas, lúcidas e inteligentes es una de ellas. Y aunque sea por lo que se aprende de la vida, la experiencia del periodismo cultural no sólo es altamente recomendable sino que probablemente tiende a cambiar sus actuales formulaciones por otras más interesantes en el futuro.

En el caso de RTVE⁵⁰ puede servirnos como ejemplo cuando se tratan temas de cultura y televisión. El programa *Encuentros con las letras*⁵¹ comenzó sus emisiones tras la lectura que su director Carlos Vélez hizo antes las cámaras para matizar sus posiciones; “cuando empezamos a sacar la cabeza de debajo del agua se diría que un diluvio ha borrado la historia y hasta la geografía del país. Cuando tanto monumento de la antigüedad hispánica, y tanta ciudad bellísima de siglos ha sido sustituida por cajones verticales

⁴⁹ Sobre periodismo especializado en cultura, dirigirse al punto 3.2. del capítulo 3º “ La especialización periodística en la difusión del arte y el patrimonio”.

⁵⁰ La Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de Radio y Televisión, en su artículo 5º.1.1 “define el servicio de radiodifusión sonora y televisión refiriéndose a la atención de las necesidades culturales, garantizando el acceso de la ciudadanía a la cultura, impulsando la diversidad cultural y favoreciendo la difusión artística”.

⁵¹ El primer programa de Encuentros con las letras, que RTVE realizaba como producción propia se emitió el 7 de mayo de 1976, una etapa posfranquista pero mediáticamente muy complicada. Su director y guionista, Carlos Vélez estaba muy unido a un gran equipo de especialistas, como, Joaquín Barceló, Paloma Chamorro, Fernando Sánchez Dragó, Roberto Llamas o César Gil entre otros. Este programa con 5 años en pantalla, grandes índices de aceptación, crítica especializada y profesionales de la cultura y del mundo universitario, puede ser considerado como uno de los principales modelos de la cultura en televisión española y europea de todos los tiempos.

altísimos, sin cultura y sin gusto y sin pretexto, se diría que la historia española se ha esfumado. De donde se dice <<historia española se ha esfumado>>, podemos decir cultura, aunque las dos expresiones tengan, tienen, un significado bien común. La historia es cultura y la cultura es historia cuando se hace acervo común. A partir de ahora, en donde se dice historia, podemos sustituirla por cultura. Sin embargo, bajo la apariencia ladrillesca y burda de la España actual, se encuentra una largísimo historia, un legendario encadenamiento de pueblos y de culturas que fueron grandes en Cádiz hace milenios o pintaban cuevas bellísimas en tiempos del mamut, que enseñaron matemáticas y medicina en Europa, conquistaron un continente, a punto estuvieron de recrear la totalidad del imperio europeo y que han pintado, han escrito, han pensado brillantemente, casi desde el momento en que el hombre se puso a andar a dos patas por Europa”.

El papel de la prensa en general, tanto escrita como audiovisual, es de una importancia tan definida, que sin lugar a duda, su expansión en la sociedad sensibiliza y forma las opiniones de los lectores o televidentes, condicionando así su aptitud frente al patrimonio.

Según J.Phares, se pueden describir los productos del Patrimonio de los Media clasificándolos en tres categorías. Una primera categoría es la “*Noticia-Patrimonio*”, en la que entran todos los descubrimientos arqueológicos, las inauguraciones, las exposiciones, las publicaciones y todos los acontecimientos puntuales, públicos o privados.

Una segunda categoría concierne a la difusión los reportajes o documentales⁵² que incitan al descubrimiento o a la evasión a través de la formación estética seductora. La tercera categoría comprende las informaciones sobre el Patrimonio que poseen una periodicidad de difusión estacional, que se podría identificar por la proximidad de periodos específicos

⁵² Creemos necesario en este punto, indicar que le documental es en muchos casos una herramienta de Exposición, Observación, Interacción y Reflexión. El profesor norteamericano Hill Nichols habla de cuatro modalidades o formas de representar la realidad, y con eso hace una clasificación del conjunto de la producción de documentales a lo largo de la historia. Son, Flaherty/Grierson/Buñuel son *expositivos*. Leacock-Pennebaker o Frederick Wiseman son *observadores*. Rouch y Connie Field *interactúan*. Mientras que Dziga Vertov o Raúl Ruiz son *reflexivos*. En FRANCÉS, M. (2003: 24).

del año, cercanos a las vacaciones y por las últimas tendencias a tratar la arqueología en función de circuitos llamados de “*arqueoturismo*”. Se tratará del impacto publicitario o la comercialización del Patrimonio a partir de la presentación de los parajes o puntos más visitados o también de aquellos que han sido revalorizados en tanto que Patrimonio de la Humanidad. Existiría una cuarta categoría en la que se debería clasificar ciertos aspectos culturales referidos a grandes acontecimientos internacionales cuyo recuerdo puede permanecer en la memoria: la destrucción del puente de Mostar, la biblioteca de Sarajevo, o la destrucción del centro histórico de Beirut.

Tanto si estos espacios se tratan como recursos para reajustar las escaletas que configuran el guión de los informativos diarios, como programas más o menos especializados, la información artística, etnográfica, antropológica o de forma generalizada la difusión patrimonial se presenta como una necesidad más que evidente, más si cabe si esta se polariza dentro de un panorama televisivo de naturaleza pública.

La información cultural ordinaria, obligada a mantener el difícil equilibrio entre la noticia y el espectáculo televisivo, tiene pocas posibilidades de hacerse un lugar en los minutos de los telediarios si las imágenes no son lo suficientemente atractivas para imponerse a los contenidos. Un congreso internacional sobre filosofía que concentre a los grandes nombres de esta disciplina para discutir acerca de sus últimas tendencias y movimientos, por ejemplo, tiene pocas posibilidades de ser noticia de un telediario si su imagen se reduce a intercalar planos generales de mesas redondas y auditorios, con primeros planos de destacados filósofos habitualmente desconocidos o con poco impacto mediático. Tendría más posibilidades si los filósofos se dedicaran en sus horas libres a organizar concursos de canto entre ellos, a manifestar sus aficiones y perversiones en público, a airear escándalos, a hacer acusaciones de plagio o a manifestar sus preferencias sexuales.

Pero la noticia del telediario, entonces, estaría en estos aspectos y no en los contenidos del congreso. Así pues, a los periodistas de cultura se les obliga a hacer gala de una gran imaginación cada vez que pretenden incluir en un telediario este tipo de noticias (Rodríguez, 2003: 151).

Con respecto al tiempo que los telediarios, tanto nacionales como autonómicos, dedican en sus ediciones a la cultura, esta ha retrocedido, en los últimos cuatro años, un puesto en el ranking de temas tratados por los noticiarios de TV, pasando del tercero al cuarto lugar, superada por la imparable ascensión de los sucesos, que casi triplican su presencia.

Tele Madrid, TVG y Tele 5 dedican menos del 6% de su tiempo de sus telediarios a contenidos culturales, aunque el resto de cadenas (excepción hecha de La 2, CMT y Canal 9) tampoco cuentan con la cultura entre sus propuestas principales para sus telediarios. En la siguiente tabla se puede observar la evolución de los temas tratados en los informativos desde 2002 hasta 2006.

Temas de las noticias	% de tiempo que ocupaba en 2002	% de tiempo que ocupaba en 2006
Deportes	22,50%	20,20%
Política	22,10%	20,20%
Sucesos	6,70%	17,80%
CULTURA	10,80%	9,00%
Económico financieras	8,20%	8,40%
Metereológicas	6,70%	8,30%
Sociales	6,90%	6,10%
Seguridad	1,40%	2,40%
Sanidad y salud	3,10%	2,10%
Medio ambiente	2,30%	2,00%
Consumo y vida cotidiana	1,80%	1,10%
Terrorismo	3,80%	1,10%
Ciencia	2,10%	0,60%
Medios de comunicación	0,50%	0,40%
Noticias de sociedad	0,90%	0,20%

Y es en este punto en el que las políticas culturales –en este caso del ente RTVV- pasa a tener un papel esencial. La incidencia en determinadas emisiones culturales estimulará sin duda el interés por las mismas, iniciándose así un bucle necesidad-demanda en el que saldrá favorecido el espectador y en última instancia la democracia y la cultura en general. En palabras de Bourdieu (1997: 11), “hay que luchar para lo que hubiera podido convertirse en

un extraordinario instrumento de democracia directa no acabe siéndolo de opresión simbólica”.

La cultura es evidente que no interesa mucho, y ocupa la cuarta posición en las nacionales y quinta en las autonómicas, con entorno al 9% del tiempo. Según el estudio realizado por Consumer Eroski⁵³, el telediario de La 2 dedica el 17% del tiempo a noticias culturales, mientras que Tele 5 se queda en un 6%; el resto de las nacionales, más o menos en la media (9%), datos que se desprenden de la siguiente tabla que indica los temas tratados en los informativos de las televisiones autonómicas:

Contenidos	C.Sur	Canal 9	CTM	TV3	TVG	T.Madrid	ETB2	IB2	Media
Deportes	26,60%	18,50%	15,50%	20,10%	22,40%	29,70%	23,60%	18,60%	21,30%
Política	19,70%	16,80%	9,40%	27,50%	18,90%	23,30%	23,10%	16,20%	18,80%
Sucesos	14,50%	25,20%	23,00%	6,80%	19,50%	14,30%	9,60%	14,70%	16,30%
Económico financieras	5,70%	6,90%	11,20%	6,50%	14,90%	6,10%	5,60%	16,00%	9,30%
CULTURA	7,10%	14,10%	13,00%	7,40%	6,00%	5,20%	7,40%	10,20%	9,10%
Meteorológicas	11,70%	7,40%	5,10%	12,80%	5,40%	8,70%	13,90%	6,10%	8,70%
Sociales	9,90%	2,30%	5,90%	9,00%	5,40%	3,90%	7,10%	2,50%	5,80%
Seguridad	0,00%	3,80%	4,60%	3,80%	1,60%	1,80%	1,40%	4,90%	2,90%
Medio Ambiente	0,70%	1,70%	5,10%	1,50%	2,60%	1,50%	0,90%	3,40%	2,40%
Sanidad y salud	1,80%	1,30%	2,60%	2,10%	2,10%	2,30%	2,80%	3,10%	2,30%
Terrorismo	0,60%	0,10%	1,00%	1,30%	0,30%	2,20%	1,30%	2,20%	1,10%
Consumo y vida cotidiana	0,50%	0,50%	2,20%	0,10%	0,30%	0,20%	2,40%	1,10%	1,00%
Ciencia	0,60%	0,20%	0,70%	0,60%	0,30%	0,40%	0,90%	0,70%	0,60%
Medios de comunicación	0,10%	1,20%	0,10%	0,50%	0,30%	0,40%	0,20%	0,00%	0,30%
Noticias de sociedad	0,30%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

⁵³ CONSUMER EROSKI ha analizado los telediarios de más audiencia de las cinco cadenas nacionales (TVE 1, TVE 2, Tele 5, Cuatro y Antena 3) y de las autonómicas catalana (TV3), madrileña (Tele Madrid), gallega (TVG), vasca (ETB2), balear (IB3), gallega (TVG), manchega (CMT) y valenciana (Canal 9), en un trabajo que recopiló y estudió el contenido de 684 telediarios y 16.752 noticias, en un total de 587 horas de emisión. Se comprobó fundamentalmente de qué temas hablaban las noticias, y no otras variables, como podrían ser el enfoque y el modo con que se trataban o el tipo de producción de la emisión.

En: http://revista.consumer.es/web/es/20060401/actualidad/tema_de_portada/70435.php
(Consultado el 25 de julio de 2007)

Es obvio pensar que para que esa información cultural y sobre patrimonio sea de interés general, que llegue a todas las capas sociales, es necesario estimular al televidente. “El patrimonio constituye una propiedad inalienable e imprescindible del género humano, de cada ser humano. Es, por otra parte, un derecho irrenunciable y un deber que obliga a respetarlo y cuidarlo dentro de una parcela compartida de responsabilidad”⁵⁴.

La educación primaria como pilar fundamental para la futura admisión de esas emisiones culturales se presenta como una necesidad perentoria. Creer en la labor pedagógica televisiva, como sustitutiva de algunos aspectos de la escuela es una problemática sin resolver, usada de forma habitual como excusa en los ataques más virulentos hacía el medio televisivo. Según el Dr. José Ignacio Agueded Gómez⁵⁵, “la educación se está quedando atrás y su incorporación a los nuevos planteamientos sociales se realiza de forma lenta y traumática”

Así podemos apuntar una serie de claves que esenciales para esbozar de qué manera se manifiesta la relación entre escuela y la sociedad audiovisual, en otras palabras el papel de la educación en el ecosistema comunicativo. En primer lugar la valoración social de la escuela como transmisora de los conocimientos precisos para la adecuada socialización ha experimentado un cambio importante en tanto que se considera una fuente más entre otras muchas, a veces más poderosas y efectivas. También la escuela ha perdido su posición de ámbito privilegiado para la transmisión de la educación en una sociedad en las que los medios audiovisuales transmiten de manera muy eficaz, valores, actitudes y normas. Y por otra parte la alfabetización necesaria en una sociedad audiovisual se adquiere de forma autónoma e informal fuera del ámbito escolar que se sigue centrando en la alfabetización *escriturocéntrica*.

Respecto al profesorado, este ha perdido su condición de garante del saber de la comunidad ante las múltiples vías de distribución del mismo en una

⁵⁴ Suárez-Inclán Ducassi, M^a Rosa, (Presidenta de ICOMOS España, 1997). En “*Patrimonio y Medios de Comunicación*”, Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 p.159.

⁵⁵ Dr. José Ignacio Agueded Gómez. En “*Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual*”. Universidad de Huelva. P. 34.

sociedad audiovisual en la que los niños y jóvenes tienen, en consecuencia, amplias posibilidades para ponerlo en cuestión y contrastarlo. El sistema escolar no facilita el ambiente de libertad necesario para incorporarse a una sociedad audiovisual en la que el saber se encuentra disperso y, por tanto, las nuevas estrategias de exploración que se requieren para su acceso, convierten en obsoletos los instrumentos para la producción y sistematización que aun ofrece como más idóneos la escuela. El saber que proporciona el sistema escolar se acomoda difícilmente a las exigencias prácticas de la sociedad audiovisual, además de que cada vez se acrecienta más la distancia entre teoría escolar y la práctica, entre el mundo escolar y el del trabajo.

Es razonable, que en este contexto educativo, los medios de comunicación hayan provocado una crisis en los cimientos de la escuela que hasta ahora había sido la forma prioritaria e incuestionable para la socialización. La sociedad audiovisual ha dibujado un panorama muy diferente para la intervención educativa. Los saberes se han descentralizado de forma tan abrumadora y vertiginosa que es difícil secuenciar y delimitar lo que debería incluirse en el curriculum escolar. La figura del profesor a duras penas resiste el embate de unos medios que superan sus tradicionales estrategias y recursos para la transmisión de los saberes, y que además cuestionan sus capacidades y formación de forma insistente. El lenguaje *escriturocéntrico* resiste con poca convicción la preponderancia de los nuevos lenguajes del audiovisual y la informática, por lo que la escuela sigue anclada en unos usos del lenguaje que nada tienen que ver con las capacidades comunicativas que demanda la sociedad audiovisual para unos intercambios comunicativos adecuados y pertinentes. En definitiva, la sociedad audiovisual ha conducido a que la escuela ya no sea el modelo más eficaz para la transmisión de valores y la socialización y consecuentemente se están quedando obsoletos los modelos de organización y gobierno basados en el control estricto del aprendizaje y en su dirección lineal, en la comunicación jerárquica, en la evaluación ajustada a criterios de repetición, y, en general, en la burocratización, ocupada más de la reproducción de lo existente que en la adaptación a los cambios, en la renovación o creación.

En cuanto a la responsabilidad formativa del medio televisivo, Joan Ferrés (2000: 121) asegura que una adecuada integración de la televisión en el aula supone atender dos dimensiones formativas. “Educar *en* la televisión significa convertir el medio en materia u objeto de estudio. Supone educar en el lenguaje audiovisual, enseñar los mecanismos técnicos y económicos de funcionamiento del medio, ofrecer pautas y recursos para el análisis crítico de los programas (...) En definitiva, realizar una aproximación al medio desde todas las perspectivas: técnica, expresiva, ideológica, social, económica, ética, cultural (...) Educar *en* la televisión. Educar *con* la televisión. Incorporarla al aula, en todas sus áreas y niveles de la enseñanza, no para incrementar aún más su consumo, sino para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje”.

Como el mismo autor defiende, no basta con tener espíritu crítico en general para saber ver la televisión de manera reflexiva. No basta con educar en general para enseñar a ver la televisión. Hace falta una enseñanza específica, porque la mayor parte de los efectos socializadores de la televisión son de carácter subliminal. La influencia de la televisión no se puede comprender aproximándose a ella desde los parámetros de la verbalidad, de la racionalidad y de la conciencia, parámetros en los que se mueve tanto la cultura oficial como los currículos y planes de enseñanza. Tanto en el ámbito de la publicidad como en el de la información o en el del entretenimiento, los efectos socializadores de la televisión sólo pueden comprenderse desde el conocimiento de la lógica de sus emociones, de los mecanismos del inconsciente, y de las comunicaciones inadvertidas.

Con referencia al consumo de televisión antes citado, y sin que este sea el estudio adecuado para adentrarse a fondo en cuestiones de participación ciudadana en la programación, podemos indicar únicamente, y mediante una gráfica de la evolución del consumo de televisión en España. Con ello tendremos una visión general de la importancia del uso, en referencia al tiempo y al año en concreto.

En la figura 2, se muestra la evolución en el consumo televisivo desde el año 1990 hasta el 2006. La conclusión sobre el creciente consumo televisivo está definida en la estadística, existiendo una clara evolución a la alza en cuanto a los minutos de consumo diarios. Se justifica con ello una vez más la importancia que para la difusión de la cultura y del patrimonio artístico tiene el medio televisivo.

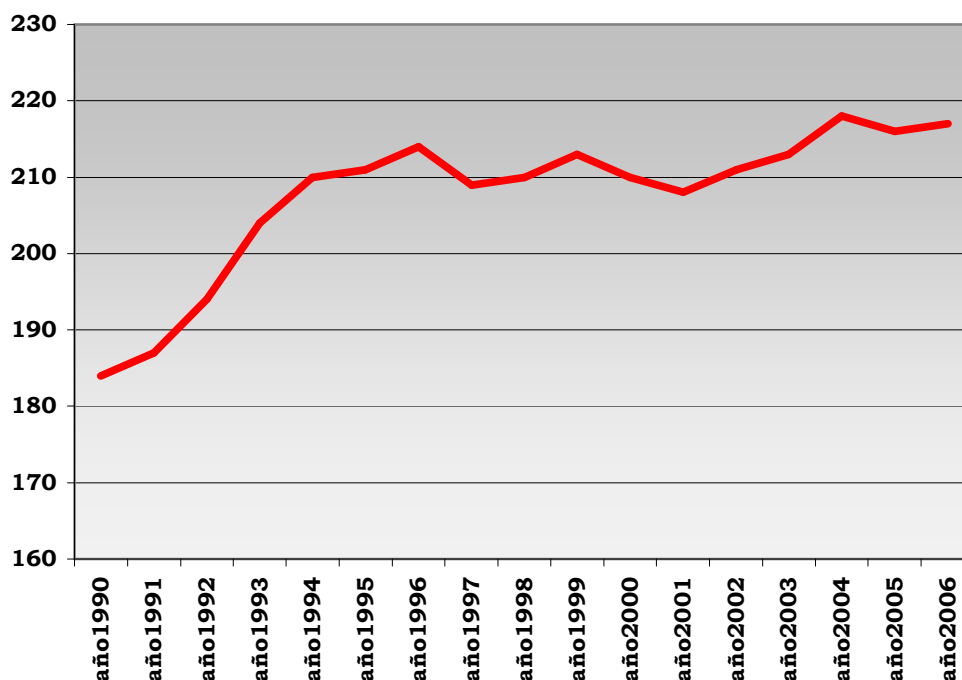


Fig 2. Consumo minutos/ día. (Elaboración propia). Datos GECA

Según explica Joan Ferrés (1996: 15) la televisión es el fenómeno social y cultural más impresionante de la historia de la humanidad, “es el mayor instrumento de socialización que ha existido jamás. Ningún otro medio de comunicación en la historia había ocupado tantas horas de la vida cotidiana de los ciudadanos, y ninguno había demostrado un poder tan grande de fascinación y de penetración.

Bourdieu afirma, que “como es bien sabido, hay un sector muy importante de la población que no lee ningún periódico, que está atado de pies y manos a la televisión como fuente única de informaciones. La televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la información de las mentes de esa parte nada desdeñable de la población”

Al respecto, Rodríguez Pastoriza (2003: 43) asegura que “la forma de defenderse de los efectos negativos que pudiera esconderse en los medios audiovisuales es conocerlos a fondo, para lo que es necesario enseñar a los ciudadanos a analizar y a comprender estos medios, de la misma manera que para defenderse de los efectos perniciosos de cualesquiera otras manifestaciones culturales, políticas o religiosas es necesario aprender a interpretar sus mensajes”. Los sistemas educativos harían bien en introducir entre sus disciplinas, desde los primeros años, enseñanzas en experiencias narrativas iconográficas y escénicas, en las nuevas percepciones comunicativas y estéticas, en los nuevos mensajes que se configuran alrededor del mundo de los medios audiovisuales. Es necesario que la educación comience a tener en cuenta la convivencia prácticamente continua de los ciudadanos con las formas omnipresentes de la tecnocultura contemporánea, enseñándoles no sólo a decodificar los lenguajes audiovisuales y a capacitar su lectura crítica, sino también introduciéndoles en las técnicas de emisión de mensajes para dotarles de potencialidad comunicativa”.

Según Pérez Torneros (1993: 38-49) y como esquema propuesto con anterioridad por Lothar Humburg-, reconoce que existen tres modelos de televisión educativa:

a) *Modelo de enriquecimiento.* La emisoras de televisión y el videoreproductor se usan para motivar a los alumnos, visualizar procesos que requerirían explicaciones farragosas, ilustrar lecciones, sensibilizar con imágenes de impacto, estimular la curiosidad y el deseo de profundizar en un tema, provocar debates, etc., dejando intacta la tarea del profesor, que en ningún momento, es sustituido por el medio o por un proceso de autoeducación.

b) *Modelo de enseñanza directa.* La televisión es un medio subsidiario del contacto directo profesor-alumno y suple al centro escolar cuando resulta inevitable la enseñanza a distancia. Las emisiones educativas –mejor, de enseñanza- son, entonces, una reproducción fiel del currículum escolar con lecciones, ejercicios, evaluaciones, etc. Esta televisión escolar no tiene nada que ver con la televisión de masas ni en su ámbito de difusión ni en sus contenidos, más bien se trata de un empleo instrumental de la tecnología televisiva.

c) *Modelo de contexto.* La televisión es un elemento más de la educación junto al sistema escolar, los libros, las aplicaciones informáticas y las nuevas tecnologías multimedia, etc., como se ve con la mutación que ha tenido lugar en esta década con la integración de línea telefónica, ordenador y pantalla; y las posibilidades de participación selectiva, satisfacción personalizada de demandas culturales, educativas o de ocio, acceso a fuentes de conocimiento exhaustivos, etc.

Respecto al documental en la televisión educativa, José Ignacio Agauded (2000: 221-233) cree que desde las aulas se pueden potenciar las libertades básicas de la comunicación. No cabe duda que el sistema educativo necesita de la televisión y que la televisión tiene que tener una perspectiva educativa como referente y objetivo de partida. La forma más importante de protección y enriquecimiento del patrimonio, debe venir de una legislación que estimule una mayor valoración de la cultura por medio de la educación de los ciudadanos y de normas fiscales que permitan un equilibrio de acciones, siempre que se tenga en cuenta una manera de actuar común a otros países⁵⁶.

⁵⁶ Santos Pinheiro Nuno. Miembro del Consejo de Europa, Catedrático de la Universidad de Lousiana y director de cátedra de UNESCO. En "*Patrimonio y Medios de Comunicación*", Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 p.177.

El conocimiento previo de los recursos patrimoniales y artísticos debe afrontarse bajo un criterio educativo⁵⁷ en primera instancia, y adecuado a formas lúdicas mediante la oferta televisiva, sin que ello provoque una ruptura de la aceptación libre del espectador.

El profesor Miquel Francés (2003: 107) afirma que “el discurrir de la historia televisiva ha tratado al sistema educativo de forma desigual. Las televisiones públicas europeas han desempeñado sobre todo un papel clave en la época paleotelevisiva, con la introducción de la televisión educativa. Sin embargo, este periodo de eclosión de televisión educativa se malogró con la emergencia de la televisión comercial y el consiguiente recorte de los espacios culturales y educativos. La asunción de la comercialización televisiva por parte de las televisiones públicas las ha llevado al terreno de la audiometría ya la lucha por las audiencias, dejando de lado los objetivos básicos de un servicio público. Esta situación de falta de tratamiento de los espacios educativos y culturales a las iniciativas televisivas públicas necesita urgentemente una revisión. Una televisión pública debe ser un servicio público que no sólo tiene la obligación de informar y entretener, sino también de transmitir los valores del conocimiento y la proyección del patrimonio cultural”.

Para la televisión pública el objetivo fundamental es la atención a los intereses ciudadanos, mientras que el beneficio económico (o las cuentas saneadas) responden a la obligación de desarrollar una gestión eficaz. Para la televisión privada, sin embargo, la atención a los intereses de los ciudadanos

⁵⁷ Al respecto Gérard Imbert asegura que la función educativa (el construir objetos de saber con fines sociales) se ve desplazada hoy por la función evasiva (al salir del marco social para recrearse en un mundo virtual, un mundo de lo posible). La inflación de juegos y concursos ilustra esta tendencia y, dentro de estos programas, la evolución misma de los contenidos: el paso de los concursos de conocimientos teóricos (de tipo intelectual, enciclopédico) a los concursos de habilidades físicas o de azar puro, sin que tenga que intervenir de manera activa el sujeto; el paso de valores positivos (por ejemplo la contemplación de la felicidad) a valores negativos (la visibilidad del sufrimiento) que en ocasiones puede ser repulsivos (veáanse las versiones japoneses de los concursos con pruebas físicas); o el paso del concurso con reglas a la intención de éstas por los propios participantes en los concursos de supervivencia. En, IMBERT, G (2003), *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona. Gedisa. Estudios de televisión. Pág. 50.

es un objetivo instrumental que permite garantizar la viabilidad empresarial y el beneficio económico. Así lo han reconocido y expresado reiteradamente diferentes instancias y documentos comunitarios:

- El Parlamento Europeo se ha referido al papel de la televisión pública “como instrumento de fomento y de difusión de culturas y etnias minoritarias; de fomento de la creación audiovisual y de nuevos talentos; como garantía del acceso de la población a los acontecimientos de interés general o a la información gubernamental; como garantía de acceso de la población en general a las nuevas tecnologías; como garantía de pluralismo e independencia”.

- El Protocolo sobre el Sistema de Radiodifusión Pública de los Estados miembros, anexo al Tratado de Ámsterdam de 1997, considera que el sistema de televisión pública está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo de los medios de comunicación.

- El Grupo de Alto Nivel de Política Audiovisual (1998) asevera que la radiodifusión pública “tiene un importante papel: fomentar la diversidad cultural de cada país, ofrecer programas educativos, informar objetivamente a la opinión pública, garantizar el pluralismo y facilitar de forma democrática y gratuita entretenimiento de calidad”.

- La Comunicación de la Comisión sobre la “aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión” (2001), que desarrolla el Protocolo arriba mencionado, señala por su parte que “la radiodifusión pública tiene un importante papel a la hora de fomentar la diversidad cultural de cada país, ofrecer programas educativos, informar objetivamente a la opinión pública, garantizar el pluralismo y facilitar de forma democrática y gratuita entretenimiento de calidad”. En este sentido, abunda en aspectos tales como el papel de los organismos públicos de radiodifusión, el carácter de ayuda estatal de la financiación pública de tales organismos, la naturaleza de estas ayudas y la compatibilidad o no de las mismas a la luz de

lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 86 y en los apartados 2 y 3 del artículo 87 del TCE.

Según ICOMOS⁵⁸, para conservar los valores del legado tradicional gobiernos, autoridades, grupos y organizaciones deben poner énfasis en programas educativos en formato audiovisual para conservadores, sobre los principios del patrimonio tradicional. En programas de especialización para asistir a las comunidades en el mantenimiento de los sistemas tradicionales de construcción, así como de los oficios correspondientes. También en programas de información que promuevan la conciencia colectiva de la cultura autóctona, en especial a las nuevas generaciones. Y por último en promoción de redes regionales de arquitectura vernácula para el intercambio de experiencias y especialistas

“En la sensibilidad ciudadana, radica, sin duda, el factor esencial para la defensa del legado histórico; algo mucho más importante que los medios de comunicación, que la propia Administración, las instituciones científicas y los expertos”⁵⁹

Es necesario indicar también que el interés que para el turismo⁶⁰ tiene la programación masiva de formatos televisivos cuyo eje argumental sea el patrimonio artístico y cultural es evidente. Si se pretende difundir los valores sociales y de reconocimiento que posee el patrimonio, no se le debe negar a la televisión su papel más destacado; el de ser un medio masivo. Por ello está más que justificada la necesidad de una programación destinada a uno de los sectores claves de la industria valenciana, el turismo.

De esta manera, enfatizando el papel económico de los bienes culturales, el siguiente paso ha sido defender la necesidad de aplicar técnicas de análisis propiamente económicas a este sector. Se ha generalizado el convencimiento

⁵⁸ Carta del Patrimonio Vernáculo Construido. (Ratificada por la 12 Asamblea General del ICOMOS celebrada en México del 17 al 24 de Octubre de 1999).

⁵⁹ Ibidem, p. 161.

⁶⁰ “Si la formación es primordial, la información no puede limitarse a denunciar dramáticamente los problemas sino a demostrar, también con mucha objetividad, los beneficios que el Patrimonio puede asegurar a todos los niveles: económicos, culturales, turísticos... Así pues, ya no constituye una carga pesada sino una oportunidad fabulosa para nuestra herencia”. J.Phare.

de incluir el patrimonio histórico dentro de un contexto económico como única manera de proporcionar a gestores, economistas y políticos una base sólida sobre la que evaluar el beneficio arrojado por las inversiones en conservación, minusvalorando cualquier otro tipo de consideración no reductible a términos monetarios. Se evalúa la eficacia de la inversión pública para generar rendimientos no sólo culturales, sino especialmente sociales, habida cuenta de las posibilidades que presenta este sector para la generación de empleo. En ese sentido “la fácil reducción de ambos factores a las relaciones establecidas por la teoría de mercado (turismo=demanda y patrimonio=oferta) ha permitido el desembarco en este dominio, de políticas culturales de clara inspiración neoliberal, directamente orientadas a la optimización de los beneficios de las inversiones públicas y/o privadas empujadas para su adecuación y puestas en valor” (Rodríguez, I, 1998: 89).

El incremento de visitantes que demandan no únicamente un turismo localizado en el litoral hace necesario más que nunca una política comunicativa activa, defensora de una programación de calidad⁶¹ e impulsora de demostraciones locales, históricas y artísticas, conjunto de valores que sin duda conducirán a una mejoría de los indicadores económicos basados en el turismo y que tan importante resulta para el crecimiento y el PIB de la Comunitat Valenciana⁶². El desarrollo económico no puede retrotraerse a la difusión del patrimonio histórico-artístico, una verdadera simbiosis de ambas será un aval de futuro económico y educativo. La difusión del patrimonio no sólo producirá un reclamo turístico de calidad sino que sentará las bases de

⁶¹ Respecto a la calidad, Octavio Getino, asegura que “de poco o nada serviría aumentar el número de despachos intercambiados si el concepto de calidad aplicado a prioridades, enfoques y tratamientos, no estuviera particularmente presente en dicha labor. Está probado que un crecimiento puramente cuantitativo de la corriente de palabras e imágenes que franquean las fronteras nacionales es susceptible de reemplazar la ignorancia por el prejuicio y la deformación, antes que por la comprensión”. En *Imágenes para el intercambio. Televisión e identidad cultural*. ULCRA. Octavio Getino, en Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, (FELAFACS) <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf21/dialogos21.asp> “*Imágenes para el intercambio. Televisión e identidad cultural*”.

⁶² “Existe unanimidad entre gestores, conservadores, investigadores y políticos sobre la prioridad del triángulo formado por el patrimonio histórico, el turismo y el empleo como uno de los ejes irrenunciables de la tutela de los bienes culturales. Sin embargo, este acuerdo no es tan unánime a la hora de plantear los términos en que se debe plantear el equilibrio necesario para asegurar a transmisión del monumento a generaciones futuras con el uso del mismo”. RODRÍGUEZ Temiño, I (1998), “*La tutela del Patrimonio Histórico de la modernidad a la posmodernidad*”, en Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. PH. Nº 23, año VI, junio de 1998. Pág. 92.

una futura demanda de programas de calidad de incremento del interés por una programación de calidad y pedagógicamente necesaria.

La generalización del Estado del Bienestar en el marco de un espectacular crecimiento económico hará posible que los Estados occidentales lleven a cabo un esfuerzo impresionante para generalizar para democratizar el acceso de los ciudadanos a la cultura⁶³.

La Prensa y los Medias deberían defender los valores del Patrimonio, ser las portadores de una buena palabra, describir los hechos y los gestos de los actores del Patrimonio, explicarlos. En resumen, “ser un excelente profesor de unas materias para las cuales los materiales y las certezas estarían normalmente disponibles en el comercio, lo que evidentemente, o es el caso”⁶⁴.

Para que la difusión se produzca dentro de la calidad necesaria para el reconocimiento público no es necesario tanto qué informaciones se difundan como qué estrategias elaborar. Se puede hablar de establecer cuatro puntos que sirvan para aclarar y dar pistas sobre estas estrategias que no han sido tratadas hasta el presente:

1.- El Patrimonio principalmente escrito, o una parte del Patrimonio cultural, ha sido protegido precisamente por el silencio que lo ha rodeado, sobre todo en el periodo medieval en Europa. Hoy, estamos en una situación totalmente opuesta porque hoy se supone que la comunicación es un motor en la promoción del patrimonio. En esta súplica que el mundo del patrimonio dirige a los medias, estaría bien reflexionar en esta evolución histórica antes de decidir.

2.- Hoy los expertos en comunicación –periodistas-, se encuentran ante dos tipos de conjuntos patrimoniales: unos vienen de la política y del hangar. Es un Patrimonio que está abierto, que no está en el repertorio y, ya se ha comentado aquí pero es importante, es un Patrimonio del que no se habla a menudo y sobre el que sólo los organismos no gubernamentales, las

⁶³ LINDE, Paniagua, E. (1995), *Cultura y Desarrollo. Concepto de Cultura*. Madrid. Ministerio de Cultura. Colección Análisis y Documentos. Nº 7. Pág.17.

⁶⁴ Edelmann, M. (Director de Le Monde). En “*Patrimonio y Medios de Comunicación*”, Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 pp.155.

asociaciones, están en condiciones de intervenir. Luego está el Patrimonio de almacén (almacén como edificio cerrado), que es un patrimonio protegido pero al que los periodistas no tienen acceso salvo cuando quieren darles la llave, y sólo nos la dan cuando eso conviene a tal o cual de los responsables del patrimonio.

3.- Informativamente hablando la noción de “escándalo” debe oponerse a la de “erudición”. Efectivamente, la prensa sólo habla de lo que quiere. Pero esto no es específico del Patrimonio. Sucede en todos los terrenos. Se habla de lo que falla, de lo que o marcha bien; de los que pasan hambre y no de los que están bien alimentados. Frente a esa actitud que se nutriría del escándalo, habría una actitud de erudición equilibrada. Hay polémicas extraordinariamente violentas en los círculos del Patrimonio, entre los expertos en prehistoria, entre los arquitectos. Hay polémica sobre la legitimación de las restauraciones... Del mismo modo que hay polémica entre los especialistas en genética, entre los científicos, etc. Todo esto es normal. Como es normal que los ciudadanos tomen parte. Y tomarán parte mal si los que detentan la erudición, no juegan su propio juego. En este sentido, y a modo de ejemplo, se incluirán las polémicas informaciones sobre la restauración del Teatro Romano de Sagunto y de su agria controversia política.

4.- El gran problema al que los periodistas se ven confrontados para ayudar al Patrimonio es que se enfrentan a dos tipos de lenguaje: la lengua científica que protege a los profesionales del Patrimonio, y la jerga que protege a las administraciones. Cuando hayamos discutido de este problema de lenguas, podremos hablar con más serenidad del problema de la lengua periodística.

Falta hoy en día una voz independiente, no mediatizada, que no se deje manejar por los intereses políticos y tampoco por los propios o personales, ya que es muy fácil caer en la tentación de utilizar, como grupo de presión, las noticias sobre patrimonio y sobre cultura en general, puesto que en materia de cultura opina todo el mundo. No así sobre otras disciplinas o ramas del saber como, por ejemplo, las ciencias exactas, o sobredeterminados avances de la técnica, de la química o de las ciencias en general, en torno a los cuales se

guarda un respetuoso silencio.

Pero sobre cultura, eso sí, todo el mundo opina. Quizá sea porque la cultura más importante es la que surge de todos nosotros y que, a veces, produce una manifestación excelsa. Pero lo cierto es que todos contribuimos, todos hacemos cultura (Presidencia de ICOMOS España).

La gestión del flujo de Información a favor de la defensa y de la salvaguarda y protección del Patrimonio, sólo puede hacerse a través de un primer intercambio de puntos de vista y de criterios, no siempre fáciles de conseguir⁶⁵.

No hay duda que el interés que los medios de comunicación muestren por los temas sobre patrimonio artístico en general dependerá de muchos factores. Uno de ellos será el económico. La aceptación por parte de la audiencia que forma el universo auditor del medio es condición *sine qua non* para el mantenimiento en emisión del programa en cuestión. Ello sobre todo desde un posicionamiento de servicio público, donde el carácter público de la empresa de comunicación huelga decir deberá de ser de naturaleza pública. El creciente interés que en la actualidad están tomando los medios televisivos sobre estas informaciones dedicadas al patrimonio y la cultura, más concretamente programas monográficos especializados sobre artistas, creaciones o elementos patrimoniales diversos es la respuesta a su vez del gran interés que la sociedad está desarrollando conjuntamente a su crecimiento educativo. Podemos considerar esta cuestión como el inicio de una verdadera conciencia social.

Pero, para una política cultural habría que tener presente, entre otros, los siguientes principios (Sánchez, J.L, 1997: 437):

- a) *El ocio creativo y desalienador*, fomentando aquellos contenidos de los medios que superen el consumismo y promuevan usos liberadores del ocio;
- b) *La producción cultural alternativa*, aunque no marginal, no sujeta

⁶⁵ Ídem.

- únicamente al mercado ni a la burocracia estatal y que, particularmente, provenga de medios de las clases populares;
- c) La defensa de las *industrias culturales autóctonas*, sobre todo si están enraizadas en asociaciones y grupos de base y surgen como necesidad de ellos; en todo caso, frente al colonialismo cultural habrá que potenciar la expresión crítica de las tradiciones populares;
 - d) El fomento desde el Estado de *canales de comunicación de uso social*, es decir, que las redes estatales terrestres y por satélite de televisión y telefonía tengan un uso público, además del comercial, dándose la posibilidad de que medios alternativos sin ánimo de lucro dispongan de un porcentaje de uso;
 - e) *La recepción y uso cultural comunitario* frente al privado, fomentando las iniciativas ciudadanas en las que la recepción y consumo de mensajes sean un medio educativo y participativo;
 - f) *Correctivos a los desequilibrios* de regiones ricas-regiones pobres, ciudad-campo, centro-periferia, haciendo el Estado (central y, autonómico o municipal) tenga una presencia en aquellos espacios donde hay pobreza informativa derivada de la ausencia de medios privados;
 - g) *Aprendizaje de técnicas y lenguajes de la comunicación social contemporánea*, fomentando los centros de investigación y, sobre todo, la educación para una sociedad mediática (Gubert, 1986: 47-52).

Respecto a las llamadas Industrias Culturales, indicadas en el punto c) anteriormente, y según Enrique Bustamante (2002: 23-24) hablar de que “estas supone mantener subrayada su singularidad cultural incluso desde una perspectiva económica, y destacar implícitamente que los cimientos indispensables para la Era Digital⁶⁶ residen en las industrias culturales

⁶⁶ El mismo autor señala que por la historia sabemos que la lucha por la democracia y la libertad de expresión y creación no ha sido fruto de un proceso largo de batallas, en el que ninguna conquista estaba asegurada nunca sin el esfuerzo colectivo mantenido. Hoy, en una etapa de tránsito a un nuevo sistema de comunicación y cultura en la Era Digital, que obligará a coexistir durante años a la cultura clásica con las potencialidades de los nuevos soportes y redes, en un periodo en el que nada está todavía decantado ni asegurado, ese esfuerzo de la sociedad entera es más necesario que nunca. En *Revista Contrastes*. “*Los contrastes de la*

tradicionales aunque sean parcialmente reconvertidas y adaptadas a los nuevos soportes y mercados”. Lo que equivale a negar expresamente ciertas derivaciones modernas que bajo conceptos aparentemente novedosos como *industrias de contenido* o del *multimedia* parecen hacer tabla rasa de la cultura o la creatividad⁶⁷ de cada país para suponer unos contenidos simbólicos que se darían automáticamente y *ex novo* por la sola aplicación de las tecnologías de la información”. Sabemos que la cultura patrimonial realiza la síntesis del hombre histórico y, en consecuencia, que no hay en nuestra sociedad tema de importancia tan específica que pueda ser motivo permanente de divulgación para esos órganos mediáticos⁶⁸. Ciertas noticias con gran carga social y política, como la restauración y posterior polémica llevada a los tribunales del Teatro Romano de Sagunto, la restauración del Museo San Pius V, el encargo de la ampliación del IVAM, la construcción como masa arquitectónica en el centro urbano de Valencia del Museo de la Ilustración y la Modernidad, y muchos otros casos, han copado gran parte de las noticias culturales y artísticas en Televisión Valenciana. Será necesario realzar un exhaustivo estudio cuantitativo (y cualitativo) de las noticias⁶⁹ de esa naturaleza emitidas, así como de los programas culturales propuestos en esta investigación, pero en cualquier caso gran parte de las mismas pertenecerán a grandes grupos y campos temáticos, y nunca a un amplio espectro informativo donde la diversidad informativa fuese una constante.

Con esto nos referimos a la *tematización*, mecanismo mediante el cual podemos construir una realidad públicamente reconocedora, y esto se

crítica de arte”. Nº 43. Enero 2006. Pág. 50.

⁶⁷ “Toda creatividad tiene sus orígenes en las tradiciones culturales, pero se desarrolla plenamente en contacto con otras. Esta es la razón por la cual el patrimonio, en todas sus formas, debe ser preservado, valorizado y transmitido a las generaciones futuras como testimonio de la experiencia y de las aspiraciones humanas, a fin de nutrir la creatividad en toda su diversidad e instaurar un verdadero diálogo entre culturas”. UNESCO. Declaración sobre la diversidad cultural. París, 2 de noviembre de 2001. Artículo 71.

⁶⁸ Santos Pinheiro Nuno. Miembro del Consejo de Europa, Catedrático de la Universidad de Lousiana y director de cátedra de UNESCO. *Ibidem*. p.179.

⁶⁹ Si la opinión se interesa cada vez más por el Patrimonio, y si ciertas angustias se dibujan frente a su porvenir, los Media deben actuar para asegurar que vaya aumentando la toma de conciencia de esta herencia y de lo que representa para cada uno de nosotros. ¿Qué acontecimientos deben ser conocidos? ¿Qué informaciones deben ser públicas? ¿Cuáles deben ser sacrificadas o silenciadas? Si desde el momento en que nadie habla de ellas corren el riesgo de no existir, es precisamente la prensa, al realizar su elección, la que decide sobre el acontecimiento o no-acontecimiento, el valor o el no-valor, la importancia con relación a su público. (J.Phares, Vice-Presidente ICOMOS Internacional, 1997.

consigue mediante la selección de los temas, opiniones o creencias que han de formar parte del espacio público⁷⁰, y por tanto, sobre los cuales se hablará y se movilizará la gente. Se trata de la teoría de la *Agenda-Setting*, que estudia la relación entre opinión pública, periodismo y política, y se pregunta como los medios de comunicación pueden configurar el espacio público. Como participan en el espacio público, cuando los medios de comunicación seleccionan y clasifican las noticias, presentan una serie de temas sobre los cuales es necesario opinar y discutir en ese espacio. Pero eso no quiere decir que nos indique qué tempos de pensar, sino sobre lo que vale la pena pensar.

Respecto a los campos temáticos de información cultural, se da entrada a la discusión entre los valores de la mirada generalista y de la mirada fragmentada mediante la tematización de la realidad. Cada programa del sistema tradicional se convierte ahora en uno o varios canales temáticos como los dedicados exclusivamente a ofrecer información. Frente a la referencia común del modelo generalista, Mariano Cebrián, (2004: 127) indica que “el modelo temático refleja visiones parciales de la realidad. Cada grupo seguidor de un canal temático tiene también una referencia común, pero muy restringida. Hay que advertir que nos centramos en el estudio del caso español como paradigma de la evolución posible en Iberoamérica y otros países y continentes”.

Hasta las obras de restauración *sui generis* del Teatro Romano de Sagunto, las cuestiones de Patrimonio eran noticia cuando los propios medios de comunicación así lo decidían. Las denuncias que durante años se han venido haciendo sobre el mal estado de nuestro Patrimonio han evitado pérdidas importantísimas en la riqueza histórica y cultural de la Comunitat Valenciana. Muchos edificios emblemáticos han desaparecido ante la

⁷⁰ “La razón que mueve a *repensar la comunicación* nace de la observación de una doble circunstancia: la primera, el crecimiento continuado del perímetro de la actividad mediático-cultural, frecuentemente alentada por una confusa filosofía pública que sitúa en el centro de su preocupación a los nuevos usos tecnológicos, en ocasiones con criterios ajenos a las necesidades reales del sector; la segunda, el descompromiso de esa filosofía con los derechos de los ciudadanos, pues parece ignorar que las audiencias son actores política y culturalmente activos en los procesos de comunicación y que la acción y la influencia de los medios no son ajenas a la gobernabilidad, la sociabilidad y la modernización del espacio público”. Bernardo Díaz Nosty. “Repensar la Comunicación. La huella es el mensaje”. En *Medios de Comunicación. Informe del año 2006. Tendencias '06*. Fundación Telefónica. Pág. 15

impotencia de nuestras miradas, pero también se ha logrado salvar a muchos otros gracias a las denuncias que muchas veces se han tenido que convertir en auténticas campañas informativas en los medios de comunicación. Y es que “hasta ahora el patrimonio venía siendo noticia cuando ya no se podía hacer nada por él. Sagunto, desgraciadamente, ha marcado el punto álgido en este binomio de medios de comunicación-patrimonio” (Raga, 1997: 170). El patrimonio sólo es noticia cuando este es polémico.

Hoy en día, en clara contradicción con la ética y la filosofía que animan el concepto universal del patrimonio defendido por la UNESCO, por el ICOMOS y por la doctrina internacional, y en una especie de movimiento regresivo respecto a la política que se practicaba en España hace más de quince años, los planes que se están llevando a cabo se centran fundamentalmente en invertir los recursos disponibles en el patrimonio más refinado o culto, en el patrimonio de élite, mientras que se deja morir otra parte sustantiva del patrimonio que no necesitaría tantos recursos para sobrevivir al menos otros 100 años. Es decir, observamos que se está restaurando maravillosamente un órgano, que se está restaurando hasta la saciedad un retablo determinado, mientras que a otros órganos o retablos los está destruyendo la polilla o el polvo (presidencia ICOMOS, España).

2.2. Mediatización de la realidad cultural valenciana

En un mundo saturado por los medios de comunicación de masas, las tradiciones dependen de formas de comunicación mediática simbólicas, han sido desalojadas de sus lugares habituales y reincorporadas a la vida social de nuevas maneras. Sin embargo, “el desarraigo y rearraigo de tradiciones no las convierte en necesariamente falsas, ni tampoco implica, necesariamente, su desaparición” (Thompson, 1998: 101).

De los territorios físicos hay que pasar a la profundización en la identidad, en las afinidades idiomáticas, culturales y sociales, para detectar el alcance de las transformaciones. En la nueva situación, la delimitación de los territorios comunicativos ya no se produce en función de la circunscripción geográfica o física, sino de las afinidades culturales idiomáticas presentes en cualquier parte del mundo. (Cebrián, 2004:214-242), “los mensajes cruzan las fronteras y abren nuevas vías de diálogo y de entendimiento o de observación, espionaje y conquistas culturales según la fuerza-resistencia de cada comunidad social. Junto al riesgo de homogeneidad, emerge con empuje la diversidad cultural”

Existe la clásica concepción de la existencia de unos medios de comunicación poseedores de un magno poder, inducidos a modificar actitudes y procesos conductivos desde el punto de vista de las personas, así como instituciones y organizaciones desde una posición social. Esta es la visión unidireccional de unos mass-media todopoderosos, que tiene como *modus operandi* a un observador pasivo⁷¹, indefenso a los mensajes que se le ofrecen y abducido a un terreno pantanoso del no-entendimiento o control racional. Vulnerable a todo propósito de persuasión, modelado y cerebralmente anulado. Sin duda a esta teoría crítica se acerca primeramente la *Escuela de Frankfurt* y luego el *Cultivation Análisis* del estadounidense George Gerbern.

⁷¹ (...) La realidad festiva actual comporta la aparición de una multitud que quiere seguir la fiesta, pero es evidente que, mientras que la participación multitudinaria va unida a una posibilidad participativa, la masificación nada más corresponde al ámbito de la cantidad de espectadores pasivos (...) BARGALLÓ, A. (1997). “La cultura popular participativa” En Ponencias del II Congrés de Cultura Popular i Tradicional Catalana, Barcelona, Departament de Cultura-Generalitat de Catalunya. Pág. 56

Como afirman Dayan y Katz (1992:147), “es correcto considerar a la mayoría de los eventos mediales –no menos que las ceremonias tradicionales estudiadas por los antropólogos – como reforzantes o hegemónicos en el sentido de que recuerdan a las sociedades la renovación de sus compromisos con los valores establecidos, lo oficios y las personas”. Uno de las consecuencias más importantes de la llamada mediatización de la cultura se dirige hacia el modo en que los individuos conocen y experimentan el mundo en el que viven. En las sociedades tradicionales los medios de comunicación no asumieron el papel de narradores del acontecer (Igartua y Humanes, 2004:58).

Los investigadores Dayan y Katz acuerdan que es preciso acortar las distancias entre antropología cultural y la investigación en comunicación, ya que “si a estas alturas la investigación tradicional sobre los efectos⁷² de los medios de comunicación ya resulta insuficiente para considerar la televisión habitual, con mayor razón salta a la vista su incapacidad para darse cuenta de los eventos mediales, puesto que constituyen una experiencia televisiva muy diferente”. El profesor Jorge Grau Rebollo (2002:23) parte de una nueva definición de una no tan novedosa disciplina, la antropología audiovisual, “que considera un ámbito teórico transdisciplinar que pretende tanto aprovechar el potencial epistemológico que ofrece el análisis de fuentes audiovisuales en sentido amplio, como el recurso intencional y planificado a los media en cuanto operadores culturales e instrumentos de investigación, cuyo objetivo fundamental a favorecer un uso sistemático y rigurosos de dichos medios y productos en la investigación antropológica a varios niveles”. Estos niveles son en primer lugar como un proceso metodológico y técnico de análisis de fuentes documentales. Como parte integrante de un proyecto de investigación. Como materiales auxiliares para la docencia o la difusión cultural. Como instrumento de transmisión cultural. Podemos denominar sujetos mediáticos, “no al espectador que de modo casual e imprevisto ve en su televisor las imágenes seductoras de un ritual que desconocía, sino a aquellos segmentos de la audiencia que seleccionan voluntariamente la recepción de programas festivos

⁷² El filósofo Régis Debray aplica el término “*mediología*” al estudio de la mediación y ha realizado diversos estudio sobre el poder de las imágenes que hacen a la gente creer.

y que lo hacen para vibrar vicariamente y experimentar una comunión imaginaria con fiestas que de ese modo adquieren significado universal, al menos, de representación étnica” (Ariño, 1996: 15).

Basándonos en estas consideraciones Yepes. L. José (1996: 54) afirma que “no creemos exagerar si afirmamos que el fenómeno de la plasmación de un mensaje en un soporte, por simple que parezca, viene a representar uno de esos momentos excepcionales que marcan un nuevo rumbo y fascinante para la humanidad”. Y ello porque el ser humano, en el documento, es capaz de entrelazar en fecunda unión su pasado y el futuro. Desde ese instante, ante un problema cualquiera, el hombre no se encuentra solo con su personal reacción, ideas, invenciones que los antepasados tuvieron. Por eso “su vida está hecha con la acumulación de otras vidas; por eso su vida es sustancialmente progreso” (Ortega y Gasset, J.: *Misión del bibliotecario y otros ensayos afines*, 2ª. Ed., Madrid, Revista de Occidente, 1967. Págs 79-80”).

En tanto que se considere al telespectador como un receptor único, universal y homogéneo, bien se podría hacer tabla rasa con las realidades reiteradamente aludidas por las ciencias sociales en general, y las ciencias antropológicas en particular. En esta línea “la admisión de realidades culturales diversas, la identificación de subculturas en fin, impone a la teoría de la comunicación una reformulación del rol que juegan los medios de comunicación en diversos contextos. De allí que resulte particularmente llamativa la tendencia a producir cruzamientos intelectuales a través de los cuales la teoría de la comunicación se beneficie mucho más de las ciencias sociales y, en particular, de la antropología” (Otero, 1991: 39).

En esta investigación no se va a proceder a teorizar los supuestos entre televisión y audiencias, o entre los medios de comunicación y su poder socializador. Ello bien merecería un estudio pormenorizado, más aún desde la perspectiva valenciana. Al hablar de tradición valenciana mediatizada se pretende crear un marco de entendimiento entre las audiencias reales en la comunidad y su modo de entender desde unos posicionamientos tradicionales. La realidad de fragmentos historicistas que tienen como paradigma el hecho festivo, son en esta comunidad de muy variada forma. La gran multitud de

fiestas, con un carácter más o menos sacro, hace necesario que el espectro festivo valenciano se adecue a la realidad comunicativa en los medios más importantes, tanto cualitativa como cuantitativamente. Son muchos los actos festivos que se celebran a lo ancho y largo del territorio de la Comunitat Valenciana, siendo las fallas⁷³ el paradigma festivo- religioso de una sociedad abocada a la locura de lo lúdico. La fiesta, es ante todo un fenómeno social, público y comunitario. Cada fiesta encuentra su sentido en la comunidad que la vive y la hace suya. De ahí que los acontecimientos festivos sean mediadores en la reconstrucción del sistema social, al tiempo que hacen sociedad y cultura.

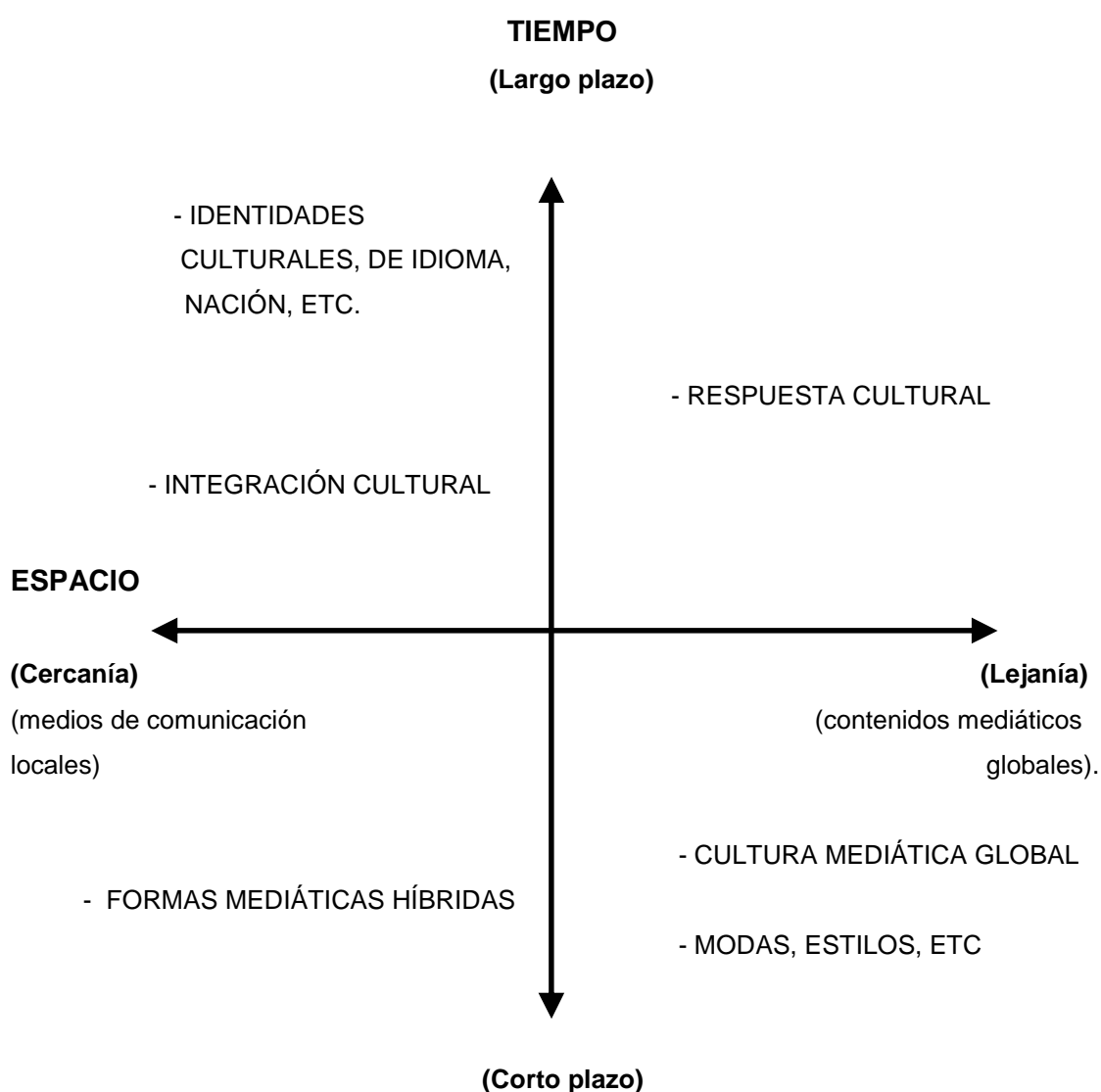


Fig. 3.

⁷³ Ver el estudio de Antonio Ariño, (1992), *La ciudad ritual. La fiesta de las fallas*. Barcelona. Anthropos.

En la figura 3 se muestra la representación de las relaciones entre medios de comunicación e identidad cultural en función de dos dimensiones principales: el tiempo y el espacio. Se elige el tiempo porque el hecho de perdurar constituye un aspecto básico de toda cultura, y el nivel de perdurabilidad, una prueba de prominencia y significado. Las identidades culturales más duraderas son las que se basan en la lengua, la religión, las nacionalidades. Y las más efímeras, las que se basan en gustos, modas o estilos. En este contexto la capacidad de los media para extenderse en el espacio es uno de los criterios más pertinentes de las tendencias hacia la globalización. Los canales y contenidos mediáticos van desde lo muy local (y muy cerca de casa) hasta lo más global, con mensajes geográfica y culturalmente muy remotos (McQuail; 2000: 191).

La imagen social y cultural que dan las fiestas no es una imagen real, sino simbólica. Los símbolos de las fiestas permiten conocer interrelaciones que no se explicitan, “y si las fiestas son capaces de congrega a la comunidad en un espacio (plaza, calle, etc.), lugar que se convierte en un espacio o núcleo esencial, es la televisión la que creará un nuevo espacio definitorio de identidades y símbolos, un espacio de comunión mediática sin fronteras espaciales ni temporales” (Cuenca, 2000: 154). Al respecto de los símbolos e identidades, “los medios conforman el contexto fundamental de símbolos, representaciones e imágenes de las culturas contemporáneas. Pero además, y de forma reflexiva, las interacciones de la vida cotidiana, las prácticas tradicionales, las instituciones y los movimientos sociales que se ven afectados por la comunicación masiva constituyen a su vez el ecosistema práctico, cognitivo y semiótico de la actividades massmediáticas” (Abril, 1997:109).

Como ejemplo de tradiciones arraigadas y pseudofestivas podemos citar el caso de *Els Pelegrins de Les Useres* en Castellón, que se repiten cada año tras siete siglos de existencia. Estos recorren el arduo camino que separa la población de Les Useres de L'Alcalatén del punto más alto de la Comunitat Valenciana, el macizo de Sant Joan de Penyagolosa, en Vistabella, Castellón. La peste y graves periodos de sequía fueron el origen, según se desprende de los cánticos que se entonan durante el recorrido, de esta rogativa medieval. Además de estos, *Les Lletenies dels àngels* y el *O vere Deus*, también han

pervivido el atuendo y la dieta de los romeros: túnicas azules, sayales morados, sombrero negro de ala ancha y rosarios. Huevos hervidos, bacalao, pan y vino es todo lo que cubre sus rústicos platos de piedra durante la tradicional peregrinación. Desde el siglo XIV sólo está documentada una interrupción de esta multiseccular peregrinación. Fue en 1913 cuando el obispo prohibió romerías de este tipo y acabó con varias de estas manifestaciones populares. Sin embargo, la población de *Les Useres* se mantuvo fiel a su tradición e incluso en los años cincuenta, cuando más peligró la continuidad de esta representación, fueron los jóvenes quienes revitalizaron la costumbre que se vive cada último viernes de abril. En la actualidad la peregrinación anual, de unos 70 Km. en total, es seguida por un número creciente de visitantes, que acompañan de forma poco ordenada a los peregrinos en su camino, sucediéndose no pocos episodios indeseables, y que turban la tranquilidad de la peregrinación.

Es debido a la insistencia mediática, su poder de repetición y su enorme capacidad de convocatoria el motivo principal del incesante número de visitantes, que cada año se agolpan en busca de referencias únicamente televisivas. Lo conocido mediante la televisión se hace realidad ante el magnífico panorama de la verosimilitud. El espectáculo se vuelve realidad ante los ojos de un intruso que será el encargado de publicitar la escena. Autoridades municipales y miembros culturales de la Diputación se ven abordados por la incesante masa de espectadores insatisfechos con el espectáculo mediático. Buscar culpables, y en su caso intentar extraer beneficios económicos sin poner en peligro la génesis propia del acto, es indudablemente de una dificultad extrema.

La autenticidad de la fiesta se podrá ver notablemente alterada por un gran número de incontrolados visitantes, pero ¿es necesario que el observador televisivo certifique la autenticidad de sus informaciones caseras?, y ¿es más auténtica la fiesta *in situ* que los resúmenes informativos previamente postproducidos?

Al respecto, Thompson (1998: 242) afirma que “si las tradiciones se vieron forzadas a hacerse a un lado ante el desarrollo de las sociedades

modernas, entonces, ¿por qué las tradiciones –incluidas las creencias y prácticas religiosas- continúan constituyendo un aspecto en expansión de la vida social actual?”

Partiendo de esta tesis apocalíptica podemos hablar de declive de la tradición, con el cual nos resultaría difícil creer en la continuación de los aspectos tradicionales populares como hasta ahora conocemos. Esto estaría avalado con la consideración de reconocer que:

- La tradición es únicamente un legado del pasado.
- No prestamos ninguna atención a los *mass-media*.

Así pues, los límites y el papel que juegan los media en la transformación de las formas de vida tradicionales no está claros. En cuanto a estas modificaciones que pueden sufrir los símbolos de identidad tradicional, Ariño (1996: 18) considera que “en las condiciones de tardomodernidad asistimos a una transformación del carisma en general y de la fiesta en particular. Algunas fiestas siguen manteniendo su autenticidad, pero lo nuevo es la destrucción y obliteración de la tradición, como consecuencia del relanzamiento deliberado, político y comercial, de la fiesta y su combinación con la manipulación massmediática. Lo nuevo es la manufactura corporativa y la absorción mediática del carisma”.

Y como asegura Thompson (1998: 245), “¿podemos comprender esta transformación sin considerar la manera en que el desarrollo de los *media* ha afectado a la organización social de la vida cotidiana?”.

El autor, distingue distintos aspectos para comprender la tradición y con ello asegurar la comprensión y necesidad de los *media*:

1. *Aspecto hermenéutico*. Las tradiciones son un conjunto de asunciones históricas que los individuos⁷⁴ dan por supuestas en su conducta

⁷⁴ El “yo” en la sociedad tradicional es un “yo constreñido”; está arraigado en la familia y la

cotidiana, y transmitidas por ellos de una generación a otra.

2. *Aspecto normativo.* Esas formas de creencias y esquemas de acción transmitidos desde el pasado pueden servir como guía normativa para las acciones y creencias en el presente.
3. *Aspecto legitimador.* La tradición sirve, en determinadas circunstancias, como fuente de apoyo para el ejercicio del poder y la autoridad. Esas afirmaciones legítimas se basan en fundamentos racionales, carismáticos, de santidad, o en bases tradicionales⁷⁵.
4. *Aspecto de identidad de la tradición.* A su vez podemos considerar la llamada “identidad individual”, (individuos de diversidad propia y de potencial) e “*identidad colectiva*”, refiriéndose al sentido de uno mismo como miembro de un grupo social o colectividad.

Hay que indicar que existe la posibilidad de la adecuación de una o varios aspectos a la vez, ampliándose así la capacidad legitimadora de dichos aspectos. La importancia de estas afirmaciones estriba en que las tradiciones proporcionan algunos de los materiales simbólicos para la formación de la identidad individual y colectiva.

Con el desarrollo tan acelerado de la tecnología capaz de diseñar nuevos conceptos y realidades en las comunicaciones de masas, la naturaleza de estos materiales simbólicos podemos afirmar que han cambiado sustancialmente, tanto en su forma y en su contenido. Por ello como consecuencia de esta afirmación, estaremos en disposición de concretar que los cambios analizados en los *mass-media* -y sobre todo el aspecto televisivo

rutina, y su trayectoria se organiza con un mínimo de conciencia sobre la existencia de otras posibilidades. De Thompson.J.B. (1998) Pág. 249.

⁷⁵ <<La explicación de Weber de la autoridad tradicional resulta de ayuda porque destaca el que, en ciertos contextos, la tradición puede adquirir un carácter manifiestamente político: serviría no sólo como guía normativa para la acción, sino también como base para el ejercicio del poder sobre los otros y para asegurar la obediencia a las órdenes. En este sentido, podría hablarse de la “ideología” de las tradiciones; esto es, pueden ser utilizadas para establecer o mantener relaciones de poder estructuradas de formas sistemáticamente asimétricas>>. Ibíd. Pág. 245.

que nos ocupa-, traerá inexorablemente cambios en el proceso de formación de la identidad colectiva, y por lo tanto también en la cultura.

Respecto a la conquista del territorio simbólico, Sánchez Noriega (1997: 184) afirma que, “nada habrá que oponer al intercambio y fecundación mutua entre las culturas, al mestizaje cultural que se realice en condiciones de igualdad; son aspectos positivos de un proceso ante el que no cabe ni resistencia ni nostalgia”. Pero, cuando en la internacionalización de las comunicaciones no todos están en igualdad de condiciones ni tienen el mismo peso o sus voces se escuchan en una desigualdad alejada de lo que debería ser el diálogo democrático. Es decir, cuando hay, en realidad, una colonización que en este momento ya no es de la geografía, ni siquiera únicamente de la economía. Sino del territorio simbólico de las conciencias.

Uno de los aspectos más importantes que aparecerán como transformados es la espectacularización, donde el interés contemporáneo por ciertas formas culturales populares o tradicionales tiene el efecto paradójico de transformarlas en una especie de representación de cara a lejanos públicos receptores, primando sus dimensiones externas sobre los sentidos que los actores les puedan dar. En este sentido Cruces (1998: 86) indica que “la misma investigación folclórica y antropológica no escapa a este hecho, cuya máxima expresión se encarna en los medio de comunicación masiva”.

Las consecuencias más directas de la entrada de la televisión en la compleja ecuación de la creación de la identidad colectiva tienen como consecuencia en primer lugar el facilitar el declive de la autoridad y de los fundamentos tradicionales de la acción y del papel de la autoridad tradicional. Y por otra parte ha logrado, separar la transmisión de la tradición, del hecho de compartir un espacio común. Se han creado con ello condiciones para la renovación de la tradición a una escala superior al pasado.

El declive de la autoridad tradicional y de sus fundamentos no significa la desaparición de la tradición *per se*, sino simplemente viene a significar unos signos de cambio en su naturaleza, ya que progresivamente los individuos destradicionalizados van depositando su confianza en tradiciones mediáticas.

Si en la red tradicional de comunicación –oral, tradición, Musical, etc.-, los recursos humanos eran más importantes que los *media*, las transformaciones de la tradición están unidas y vinculadas de manera fundamental con el desarrollo de los medios de comunicación de masas.

Volvamos al caso de *Els Pelegrins de Les Useres*. Es indudable que la incursión de un medio de comunicación de masas, -en este caso autonómico-, como es Televisión Valenciana, ha hecho modificar el acto de entender la fiesta en sus conceptos más originales y auténticos. La gran aparición de nuevos turistas autoinvitados por la necesidad de confirmara aquello que han aceptado mediáticamente, no ha hecho más que reorientar los fundamentos de una tradición con más de seis siglos. Con la televisión se han conseguido separar la transmisión de la tradición del hecho de compartir un espacio común, y como consecuencia de ello se han sembrado las condiciones para la renovación de la tradición a una escala que excede y supera cualquier intento del pasado.

A propósito de las cuestiones aquí planteadas, es necesario reexaminar los trabajos de Daniel Lerner (1958: 254) obra fundamental para conocer y esclarecer las cuestiones relativas a las relaciones entre *tradición* y los *media*. Según el autor que conoció en profundidad el proceso de modernización de Oriente Medio –y como consecuencia de ello la aparición y extensión de la televisión- indica que, “las sociedades tradicionales están fragmentadas en comunidades aisladas unas de otras y en las que las relaciones de parentesco juegan un papel predominante”. Fundamental es el hecho que esta tesis de Lerner es hoy día tan cierta como entonces, y es la actividad mediatizadora la que rompe en pedazos dicha tesis. Lerner se basa en que los media juegan un papel crucial en las transformaciones culturales asociadas al desarrollo de las sociedades modernas. Es una teoría de la modernidad orientada hacia lo que Lerner llamaba “la sociedad participativa”. Por otra parte, la caracterización de los media como “multiplicadores de movilidad”. Los medio de comunicación de masas permiten a los individuos experimentar acontecimientos delegados que tienen lugar en sitios distantes, logrando así estimular la capacidad de imaginar alternativas a los estilos de vida característicos de sus lugares inmediatos⁷⁶. Y

⁷⁶ La idea esencial de que los media posibilitan a los individuos adquirir experiencias en el

por último, a través de la exposición a los media, el “yo” se convierte en más expansivo e indeterminado, menos obligado por los condicionantes de la tradición y más abierto a la experimentación, a la búsqueda de nuevas oportunidades y nuevos estilos de vida. Con el desarrollo de nuevas redes de comunicación, las formas tradicionales de poder y autoridad pueden ser desafiadas, cuestionadas o simplemente obviadas, como sucede en zonas aisladas del territorio.

Pero la exposición continuada a los *media*, no significa en ningún caso la clara consecuencia de una pérdida de la tradición –y de sus formas-, de la identidad colectiva y de una realidad pensada, avocando al individuo a adoptar modernas formas de vida. Según Thompson J.B (1998: 67), “la exposición a los media no conlleva, por sí misma, ninguna instancia vis-a-vis con la tradición. Los medios de comunicación pueden ser utilizados no sólo para desafiar y socavar los valores y creencias tradicionales, sino también para difundir y consolidar tradiciones”.

No resulta difícil dar ejemplos de cómo los media han sido eficazmente utilizados al servicio de la tradición, desde la difusión de las Biblias impresas y libros de oración a principios de la Europa moderna hasta el teleevangelismo de hoy en día, además de la difusión del patrimonio histórico-artístico valenciano en la televisión autonómica.

Pero, si los media no han hecho desaparecer la tradición; sí, en cambio la ha transformado en sus conceptos más básicos. La transmisión de la tradición dependerá cada vez más de los aspectos y formas de comunicación –que no tengan por definición el cara-a-cara-. Las consecuencias de esta transformación, serán:

- El cultivo de valores tradicionales y creencias depende cada vez más de formas de interacción que implican productos mediáticos (libros, películas, etc.) que proporciona formas de continuidad temporal que

contexto de un determinado espacio y tiempo, mediante una interacción que no tiene carácter cara a cara –tradición oral-, es aceptada en la actualidad, pero se ha visto desbordada con la aparición de la televisión.

disminuye la necesidad de representar siempre lo mismo. El mantenimiento de la tradición a lo largo del tiempo ha pasado a depender menos de la representación ritualizada. La tradición se ha, en realidad, *desritualizado*, progresivamente. La renovación de la tradición podría implicar una mezcla continuamente en mutación, de “casi-interacción mediática” e “interacción cara a cara”.

- En la medida en que la transmisión de la tradición se vuelve más dependiente de las formas mediáticas de comunicación, también se desvincula de los individuos con los que puede interaccionar en la vida cotidiana, es decir, se vuelve *despersonalizada*. La despersonalización de la tradición no presenta, a pesar de todo, un proceso uniforme y carente de ambigüedades, y podemos observar que, con el desarrollo de los medios electrónicos y especialmente la televisión, se crean las condiciones para la renovación de los lazos entre la autoridad de la tradición y los individuos que la transmiten.

- Las tradiciones fueron gradual y parcialmente desubicadas en la medida en que cada vez dependían más de las formas mediáticas de comunicación para su mantenimiento y transmisión de una generación a la siguiente. Las tradiciones se desubicaron pero no se desterritorializaron; se reformularon de manera que permitieran reincorporarse a una multiplicidad de lugares y reconectadas a unidades territoriales que excedían los límites de la “interacción cara a cara”.

La primera etapa de la formación de los nuevos territorios culturales es la desterritorialización. Este concepto, según las palabras del propio García Canclini (2001:288), se refiere a “la pérdida de la relación natural entre cultura y territorio geográfico y social, lo cual incluye las relocalizaciones de las formas nuevas y antiguas de producción simbólica”.

En la figura 4, se muestra el proceso de la desterritorialización, que

podemos considerarla como la desintegración (parcial) de las constelaciones y configuraciones simbólicas y humanas ⁷⁷. Es el desmembramiento de estructuras, relaciones, escenarios y representaciones culturales. La desterritorialización es una consecuencia de las disjunturas culturales de las que hablábamos anteriores. Es un indicador del cambio cultural estimulado por tales disjunturas.

Por lo tanto, la desterritorialización cultural es un asunto profundamente humano. El concepto no debería reducirse al movimiento de ideas o códigos culturales, como es típico que lo hagan los análisis posmodernistas, sino que debería enfocar directamente los problemas y las competencias sociales, económicas y políticas. Pero la cultura nunca muere, ni siquiera en condiciones de represión orquestada.

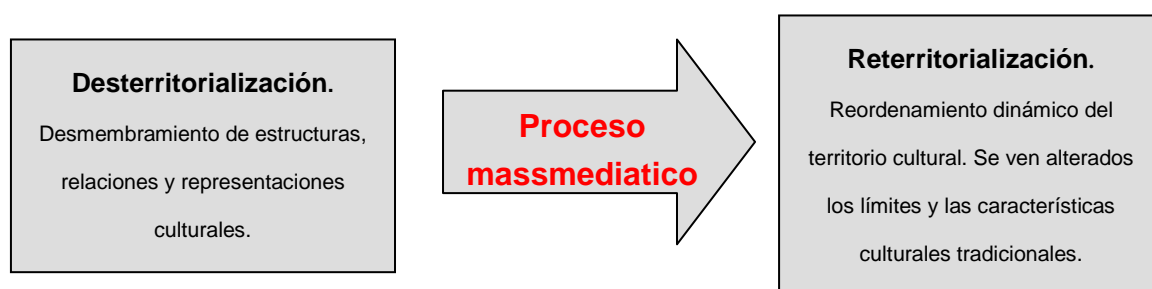


Fig.4.

Algunos de los valores asociados a esta nueva cultura son, los valores

⁷⁷ Al respecto de la desterritorialización, Carlos Rojas Osorio, en "Gilles Deleuze: La máquina Social". El antiedipo: capitalismo y esquizofrenia, escrito junto con Félix Guattari (Bs. Aires, Paidós, 1985, Trad. de Francisco Monge), 15 de junio de 1997, escribe: El capitalismo lo privatiza todo. Hemos llegado al privatismo. La esencia del capitalismo se halla en dos fenómenos complementarios: desterritorialización y descodificación. Ambos fueron analizados por Marx. El capital se apropia cada vez más de territorios; se apropia del campo, del artesanado, del comercio y finalmente de la industria. El capital lo desterritorializa todo. Pero al mismo tiempo lo decodifica todo: la religión, la moral, las creencias; todo sucumbe al impulso del capital. Este impulso anulador de códigos y apropiador de territorios es universal en el capitalismo. El capitalismo es, por ello, lo universal de toda sociedad. Pero, como veíamos, se decodifica para someter nuevamente a la axiomática potente del capital. La televisión, por ejemplo, nos da todo, la sociedad y el capital a la vez. No es necesario salir afuera. Todo el sistema del capital está ahí en la pantalla televisiva.

asociados a la nueva cultura audiovisual; la interpretación sobre el fenómeno del cine o las consecuencias del audiovisual desde la perspectiva del espectador o del público. Esta nueva cultura “rompe las relaciones humanas propias de la cultura folclórica, aunque se apropia de muchos elementos de fiestas populares, canciones y música tradicional en la que se ha inspirado la cultura masiva haciendo abstracción de sus raíces y su sentido originario” (García Jiménez, L. 2007: 254).

La revolución tecnológica ha hecho emerger una nueva cultura, generando contenidos específicos, formas nuevas de comunicación y un nuevo espacio cultural desterritorializado: la red.

Según el Catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona Emili Prado, “la revolución tecnológica del siglo XX, ha transformado el paradigma social, cultural y político. Así, podemos augurar el avance hacia lo que podemos denominar *el gran almacén universal cultural*, un todo digital en red, una época con usuarios más participativos, contenidos más abundantes y mayor capacidad de decisión”⁷⁸

La reterritorialización es un conjunto amplio que abarca dos fenómenos que actúan en conjunto. En primer lugar significa que los fundamentos del territorio cultural –los estilos de vida, los artefactos, los símbolos y los contextos- son todas cuestiones abiertas a nuevas interpretaciones y nuevas comprensiones. Y en segundo lugar, la reterritorialización implica que la cultura se va reconstituyendo constantemente a través de la interacción social, y a veces mediante los usos creativos de la tecnología personal de las comunicaciones y de los medios masivos. “La reterritorialización cultural no es pues algo dado que las personas reciben y sobre lo que no tienen ningún control” (Lull, 1995:199-200).

La televisión actúa de mediadora de los procesos de la realidad internacional, nacional, económica, política, social y cultural. La televisión construye su realidad mediática a partir de realidades preexistentes, de

⁷⁸ En Diario Levante-EMV. “El mundo actual aún está en tránsito entre la sociedad industrial y la de la información”. Miércoles, 26 de octubre de 2005. Pág. 59

realidades totalmente fabricadas por la imaginación de los creativos y de la combinación de ambas. Una cosa es la realidad de la vida y otra la construida por la televisión. Según afirma Cebrián (2004: 18), “lo trascendental es que en gran medida lo que percibe la sociedad de su propio entorno se hace por la mediación televisiva. Se produce una interacción entre lo que cada uno conoce de su entorno y lo que la televisión le transmite de ese entorno y de otros más alejados. Cada ciudadano vive con estas dos percepciones, en unos casos, acordes, y en otros, discordantes”

El profesor John Sinclair (2000: 98) indica que algunos investigadores como David Morley y Kevin Robins, han trabajado sobre la creación de tales comunidades imaginativas hoy en día; ellos afirman que “la *alfombra mágica* de la tecnología de la televisión ha desempeñado un papel básico en el fomento de una unidad nacional a nivel simbólico, colocando a los individuos en los centros de la vida nacional, ofreciendo a la audiencia una imagen de sí misma y de la nación como una comunidad conocida, un mundo más amplio y público, más allá de las rutinas de una existencia estrecha, a todo lo cual esta tecnología da acceso simbólico”.

Las tradiciones desarraigadas están más dispuestas a adaptarse, transformarse o a dejarse codificar por individuos que tienen acceso a los medios de producción y distribución de las formas simbólicas mediáticas. Sin embargo, las tradiciones en cierta medida mediáticas no quedan, por todo esto, libres de compromiso. Si éstas van a mantenerse a través del tiempo, deben ser reincorporadas a los contextos habituales de la vida cotidiana. Las tradiciones que no lo son perderán paulatinamente su significado.

Al respecto, Pereira Fariña (2004: 647) indica que “la cultura como producción simbólica de una sociedad se articula mediante mensajes que se socializan a través de los medios de comunicación colectiva y de los actuales sistemas de información”. Lo que no cabe duda es que la articulación de ese discurso hay que situarla en un contexto social, con una realidad política y económica concreta. La práctica periodística se realiza en ese contexto y en determinados medios que recogen información cultural con una visión en la que influye mucho la vieja noción elitista de la cultura, si así la podemos denominar,

y en la que hay alguna concesión a una visión de la cultura más amplia, como manifestación de un pueblo y en su implicación social.

La producción simbólica definida a través de elementos articulados procedentes de la cultura puede presentar varios discursos diferentes según el paradigma social, económico y político donde se incluya. En la misma línea Xosé López argumenta que “la cultura como producción simbólica de una sociedad se articula mediante mensajes que se socializan a través de los medios de comunicación colectiva. Lo que no cabe duda es que la articulación de ese discurso hay que enmarcarla en un contexto social, con una realidad política y económica concreta. La práctica periodística se realiza en ese contexto y en unos determinado medios que recogen información cultural con una visión en la que pesa mucho la vieja noción elitista de la cultura y en la que hay alguna concesión a una visión de la cultura más amplia, como manifestación de un pueblo y en su implicación social”⁷⁹.

Sin embargo, las tradiciones que dependen en muchos sentidos de formas simbólicas *mediáticas* no son *ipso facto* menos auténticas que aquellas transmitidas exclusivamente a través de la “interacción cara a cara. En un mundo saturado por los medios de comunicación de masas, las tradiciones dependen de formas de comunicación mediática simbólicas. “Han sido desalojadas de sus lugares habituales y reincorporadas a la vida social de nuevas maneras. Sin embargo, el desarraigo y rearraigo de tradiciones no las convierte en necesariamente falsas, ni tampoco implica, necesariamente, su desaparición” (Thompson, 1998: 265).

La explosión de medios de comunicación que ha acompañado el crecimiento de la alfabetización y la extensión de la televisión ha tenido un profundo impacto sobre las celebraciones públicas. Ha estimulado la rápida diseminación de las prácticas rituales. “Vía televisión las audiencias participan en grandes escenarios carnavalescos con ojo asombrados. Los de Madrid pueden participar en la romerota del Rocío desde sus butacas. Observar otras

⁷⁹ Xosé López “Información Cultural. Herramientas para comunicar cultura en un escenario marcado por la sombra de la mercantilización mundial”. En Fernández del Moral, J (2004). *Periodismo especializado*. Ariel Comunicación. Pág. 380.

celebraciones también ha hecho que la gente sea más consciente de los aspectos representativos de sus propios rituales” (Boissevain, 1999:59).

Como ejemplo de esa inmersión de los medios de comunicación de masas como es la televisión en la tradición más arraigada y popular, podemos proponer la emisión por Televisión Valenciana, Canal 9 de la retransmisión de la Semana Santa en el Barrio de Santa Cruz de Alicante, Miércoles Santo. Únicamente se han emitido en dos ocasiones esta retransmisión en directo, en la Semana Santa de 1996 y en 2003.

Esta *Processó de la Santa Creu*, está enclavada en el barrio alicantino del mismo nombre, lugar donde se concentraran momentos de fervor, la bajada de Santa Cruz desde lo más alto del pequeño y tortuoso barrio donde habitan en su mayoría vecinos de etnia gitana, de posición social humilde y de un amplio espectro laboral, sobre todo estibadores del puerto de Alicante. Barrio humilde en suma, que ha configurado su forma de vida alrededor de casas blancas, de aspecto mediterráneo, y sobre un entramado de calles laberínticas. Y es desde ese punto más alto, en el Monte del Benacantil, desde donde la bajada transcurrirá por unas angostas callejuelas repletas de vecinos, turistas y sobre todo de técnicos de televisión, por la calle San Rafael que irá estrechándose a medida que desciende. Los espectadores se agolpan en los pequeños rincones que pueden quedar libres, tras ocupar con las cámaras los pequeños espacios desde donde poder ver algo de la escena. Según la tradición en el Monte, se edificó un santuario tras la reconquista de Alfonso X el Sabio en 1271. Diversas tradiciones orales justifican la importancia del lugar, historias sobre la Cruz que bien podría compararse con otros lugares santos. Datos más o menos confirmados históricamente, lo importante es reconocer que el paso del tiempo ha creado una simbología tradicional que ha impregnado a lo popular. Como aseguran los propios locutores en la retransmisión del 16 de abril de 2003, “la fiesta es de carácter único en España, como se certificó en el Encuentro Nacional de hermandades de España, cuyos miembros parece que quedaron asombrados por el acto”. Un gran despliegue técnico y humano, para retransmitir la bajada de los pasos. En la emisión es captado a la perfección las ordenes de los Capitanes que dirige los pasos de los costaleros, así como las saetas pactadas previamente donde se han

colocados micrófonos. Todo está pactado, nada se escapa al control de los regidores y de la realización televisiva.

La primera imagen que transcurre por los callejones estrechos es el Cristo Cautivo, sigue el Cristo de la Fe, conocido como el Gitano, todo un complejo resumen de la imaginería religiosa más popular. El encuentro de Nuestra Señora de la Dolor o Dolorosa es portada únicamente por mujeres costaleras, quienes exigieron demostrar su poder fervoroso y su capacidad de organización.

Finalmente el encuentro entre la Virgen y la imagen de Cristo, pone fin a un montaje televisivo sin precedentes, donde elementos simbólicos de la tradición más popular como los claveles, la mantilla, el luto, la Legión o la lágrima adornan un gran plató escenográfico, todo un gran directo dirigido por un maestro de obras como es la televisión. De que manera puede quedar dañada la tradición festiva por esta novedosa incursión mediática, haciendo respetar a la vez turismo y marketing es una cuestión que en las anteriores páginas se ha intentado analizar.

Lo que podemos afirmar es que el producto audiovisual que se obtenga de la realización de esa producción, será sin lugar a dudas un producto patrimonial, y deberá ser tratada como tal. Su conservación, difusión y análisis estará establecido por el protocolo tradicional de los bienes culturales.

Pero, la exposición televisiva de ciertos productos mediáticos, sociológicamente y en ocasiones, no permanecen inocuos, y la incertidumbre sobre su valía, matriculará para siempre la producción. Es la exposición de referentes de la cultura tradicional, iconos de la cultura aceptados y tolerados de forma simbiótica con sus intereses, en ocasiones puramente turísticos. Es el caso de la película producida y realizada por RTVV sobre la vida y obra del poeta Ausiàs March. La ciudad de Gandia, lugar de nacimiento del poeta consideró que la imagen del erudito de La Safor había quedado deteriorada tras la emisión de la película. El ayuntamiento encargó al asesor de Cultura Josep Piera un informe sobre esta sería, quién analizó y realizó una crítica a su contenido, documento que sería entregado a la Comisión de Cultura, al Consell

Valencià de Cultura, a la Televisión Autonómica y a la Generalitat Valenciana⁸⁰. La ficción dirigida por Daniel Múgica, ya recibió abucheos en la última edición de la Mostra por su escasa calidad, Mucho de los miembros incluso abandonaron la sala de proyección mientras se emitía.

Joan-Francesc Peris dijo que Ausiàs March, “máximo exponente del Siglo de Oro de nuestra literatura”, es un personaje literario que se estudia en universidades de todo el mundo, y por lo tanto “no se merece un trato tan mediocre”. Fallos en el entramado histórico, deficiencias en los decorados y escasos autores relacionados con el mundo valenciano fueron algunos de los aspectos que no han gustado al Ayuntamiento de Gandia.

Tampoco a la audiencia, dado el escaso porcentaje que vio la película, el 11%. Desde el Consistorio Municipal de la ciudad ducal apuntaron que van a hacer todo lo posible para rescatar la auténtica memoria del personaje valenciano, que mantuvo un idilio con Isabel Martorell, familiar de Joan Martorell, otro escritor de la Safor⁸¹.

Tras exponer estos ejemplos, y a modo de resumen, los efectos mediáticos en la tradición son⁸²:

- Los medios han desplazado y provocado una dura trivialización de lo sagrado/ festivo.
- Han conseguido que lo sagrado/ festivo penetre en cualquiera de las esferas de la vida cotidiana.
- También el yo, constreñido (Thompson.J.B) fuertemente en la sociedad tradicional y arraigado en la familia y en la rutina, se enfrenta ahora a un

⁸⁰ A respecto, Joan-Francesc Peris, concejal de Cultura del Ayuntamiento de Gandía, escribió que “Gandia quiere ser capital cultural de las Comarcas Centrales Valencianas, y como patria de Ausiàs March, no puede estar al margen de lo que pensamos que es un cúmulo de despropósitos”. El regidor econacionalista agregó que Canal 9 tendría que hacer una rectificación y que reconociera los desastres tanto en su calidad estética como en su falta de rigor histórico. Desde que se difundiera la serie, han sido numerosas las críticas lanzadas por diferentes sectores, sobre todo, por algunos partidos políticos, como el Bloc Nacionalista Valencià, que lamentan que la obra no se haya producido en valenciano, la lengua materna del ilustre poeta de la Safor. En Diario Las Provincias, 11 de febrero de 2004, Pág. 76.

⁸¹ Ídem.

⁸² Ver Fig.3 y Fig.4.

individuo mediatizado en una sociedad moderna móvil, flexible y ajeno al anquilosado mundo del yo constrictivo.

- El medio televisivo se opone ahora una tradición transformada, alterada y dispuesta a enfrentarse a nuevos retos, a una modernidad avanzada, que supondrá nuevas formas simbólicas mediáticas, contribuyendo a la construcción de las nuevas realidades.

2.3. En busca de nuevas formas simbólicas mediáticas culturales en el panteísmo televisivo

A lo largo de la historia los medios de comunicación se han usado de forma partidista, afín a las ideologías de los imperios⁸³. La literatura, las artes o la música han servido tradicionalmente para consolidar entre las gentes la hegemonía de las ideas y valores. Es en la actualidad cuando la televisión ha adoptado ese papel de predominio a través del que se hacen a los ciudadanos los contenidos culturales más marcadamente persuasivos.

La selección de los contenidos de los medios, por lo que se refiere a su ambigua vía, no es pues inocua en materia de valores que crean cultura e influyen en los comportamientos de las personas. “Esto, que parece tan elemental, no acaba de ser entendido y es lo que explica que los periodistas –y los comunicadores en general- no se reconozcan a sí mismo, en cualquiera de sus facetas, como educadores” (Riviére, 2003: 120).

La televisión se ha revelado como el medio más eficaz para obtener de las audiencias determinados comportamientos y patrones de pensamientos homogéneos, a través de la exposición de mensajes sistemáticos y repetitivos sobre públicos muy amplios y heterogéneos. Este efecto es el que se conoce como *Aculturación*. Un efecto que, protegido en principios de aceptación universal como el intercambio cultural o el cosmopolitismo, tiende a imponer las culturas de consumo de los países productores más económicamente poderosos a las culturas autóctonas más desprotegidas, creando verdaderas situaciones de crisis de identidad cultural⁸⁴ en las sociedades más vulnerables.

⁸³ Para una interpretación actual del concepto de *Imperialismo Cultural*, véase Armand y Michèle Mattelart., *Pensar sobre los medios*, Fundesco, Madrid, 1987 (págs. 205 y siguientes). También W. Edward Said, *Cultura e Imperialismo*, Anagrama, Barcelona, 1996.

⁸⁴ “La cultura de nuestros pueblos se destaca como soporte decisivo del desarrollo nacional o de la posibilidad última de ser. Esta cultura se ha construido a lo largo de siglos sobre la base de la circulación interna informativa, pero no ya por medio de datos-recuerdo, sino de memoria. La memoria popular, transmitida generación tras generación, constituye el cemento que amalgama junto con la cultura, el proceso de construcción de nuestras identidades nacionales. Y este, al contrario de lo que ocurre en las naciones dominantes, soporta cotidianamente las andanadas de los proyectos de aquellas, cuya hegemonía sólo puede sustentarse en la creciente erosión de nuestros ecosistemas culturales y de nuestra identidad. No basta entonces la información como dato o como recuerdo, sino la información que sirva a reforzar los procesos de la memoria

En ellas, las culturas nacionales van dejando paso a una cultura transnacional previamente legitimada como modelo guía. En lo audiovisual, los investigadores del proyecto *Cultural Indicators*⁸⁵ utilizan el concepto de aculturación para describir las contribuciones independientes. Para la mayoría de los espectadores, la aculturación se manifiesta como un establecimiento progresivo de orientaciones predominantes. A través de la aculturación se puede llegar a un proceso que *Cultural Indicators* ha denominado *Mainstreaming*, una homogeneización, una absorción de opiniones divergentes y una convergencia de puntos de vista dispares sobre los patrones televisivos de gran alcance. En este sentido, afirma Rodríguez. F (2003: 182) que “las distinciones tradicionales se irían diluyendo a medida que las generaciones y los grupos sucesivos se vayan encauzando culturalmente en la versión que la televisión ofrece al mundo”.

Según asegura Schlesinger (1987: 62), “esta situación favorece el crecimiento de un neocolonialismo cultural cuyo instrumento predilecto sería la televisión. Progresivamente, irían deteriorándose conceptos como el de identidad cultural, referida ésta a la defensa de las tradiciones, de la historia y de los valores morales, espirituales y éticos legados por las pasadas generaciones; y por fin, tras la penetración e imposición de culturas ajenas a la propia, surgirían el riesgo de que se produjera el desprecio de los valores que han sido tradicionalmente definitorios de las culturas más débiles”.

Desde posiciones sociológicas, Bourdieu (1997: 11), al respecto del uso que de la imagen se está realizando en la identificación cultural y en la creación de símbolos de identidad, indica que “dentro de las profesiones relacionadas

de nuestros pueblos –derecho humano esencia- y a preservar y desarrollar las identidades culturales de cada espacio regional. Ello parece obligar al diseño de técnicas que, junto con la información, incorporen elementos de contextualización para una mejor comprensión de aquella, y también tratamientos que incidan en la sensibilidad de la teleaudiencia a fin de que cada noticia pueda servir efectivamente al fortalecimiento de la memoria, de la cultura y de los proyectos de desarrollo”. Octavio Getino, en Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, (FELAFACS) <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf21/dialogos21.asp> “*Imágenes para el intercambio. Televisión e identidad cultural*”.

⁸⁵ El proyecto *Cultural Indicators* nació en los años sesenta en el entorno universitario norteamericano para el estudio de los efectos de la televisión en los comportamientos de violencia social de los espectadores. Posteriormente amplió sus investigaciones a aspectos como minorías, estereotipos, salud, ciencia, familia, política, religión, etc. Examinados en contextos comparativos de cruce cultural.

con la imagen, luchan para que lo que hubiera podido convertirse en un extraordinario instrumento de democracia no acabe siéndolo de opresión simbólica”.

En cuanto al controvertido concepto de identidad cultural, Manuel Castell, autor de la obra *La era de la información* asegura en su segundo volumen que, junto con la revolución tecnológica, la transformación del capitalismo y la desaparición del estatismo, en el último cuarto de siglo hemos experimentado una marejada de vigorosas expresiones de identidad colectiva que desafían la globalización y el cosmopolitismo en nombre de la singularidad cultural y del control de la gente sobre sus vidas y entornos. “Estas expresiones son múltiples, están muy diversificadas y siguen los contornos de cada cultura y de las fuentes históricas de la formación de cada identidad. Incluyen los movimientos proactivos que pretenden transformar las relaciones humanas en su nivel más fundamental, como el feminismo y el ecologismo, pero también todo un conjunto de movimientos reactivos que construyen trincheras en nombre de Dios, la nación, la etnia, la familia, la localidad, esto es, categorías fundamentales de la existencia milenaria, ahora amenazadas bajo el salto combinado y contradictorio de las fuerzas tecnoeconómicas y los movimientos sociales transformadores” (Castell, 1987: 24).

En oposición a este pensamiento se sitúa Rudolf Arnheim (1996: 137-143), al saludar al nuevo medio-, al afirmar que, “la televisión cambia nuestra actitud ante la realidad: nos hace conocer mejor el mundo y en particular nos da la sensación de la multiplicidad de lo que ocurre simultáneamente en diferentes lugares, al fin reconocemos el lugar donde estamos como uno entre tantos: nos volvemos más modestos, menos egocéntricos”.

Por otra parte una siniestra aseveración, en boca entre los profesionales del audiovisual, afirma que Europa es un continente condenado a consumir productos norteamericanos en aparatos japoneses. Contra este sino fatalista se vienen rebelando sectores representativos de creadores y empresarios europeos, apoyados por algunas instancias políticas en los últimos años.

Europa quiere conservar sus identidades nacionales y regionales⁸⁶, sus tradiciones, sus costumbres, sus valores sociales y sus lenguas, su cultura, en fin, amenazados por la invasión de mensajes ajenos de todo tipo, llegados principalmente a través de los medios audiovisuales. Para el enfrentamiento titánico que se avecina, “es necesario que Europa produzca la mayor parte de material televisivo que se vaya a consumir” (Rodríguez. F, 2003: 184).

El sociólogo Americano John B. Thompson (1998: 101), reflexiona sobre sus ideas propias plasmadas en su texto *Ideology and Modern Cultura*⁸⁷, declara comprender las transformaciones culturales asociadas al ascenso de las sociedades modernas, deberíamos conceder un papel central al desarrollo e impacto de los medios de comunicación⁸⁸. La presente investigación pretende ser más un cuestionamiento razonado del papel mediático de un medio de masas frío⁸⁹ como es la televisión inmerso en el actual frente comunicativo de la emisión de la tradición festiva⁹⁰ y contenidos culturales, su desarrollo y condicionamientos, que de una simple exposición enumerativa sobre el entorno televisivo valenciano en fiestas locales, y el análisis de contenido de productos audiovisuales sobre cultura y patrimonio valenciano.

Es obvio pensar que el medio autonómico capaz de vertebrar ese desarrollo mediático e implantarse desde la presencia de su tecnología sería en todo caso Televisión Valenciana, ente autonómico que desde su creación ha incluido en su rejilla de programación diferentes escenarios festivos de la

⁸⁶ Este es una de los propósitos de la creación del Ente Público Radio Televisión Valenciana, según su ley de creación. Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión.

⁸⁷ *Ideology and Modern Culture*, Cambridge University Press, 1984, pág 29.

⁸⁸ *Los Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. En Prefacio.

⁸⁹ Mc LUHAN, Marshall, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós Comunicación, Barcelona. 1996. Pág. 43. Afirma el autor que el medio caliente es aquel que extiende, en *alta definición*, un único sentido. La alta definición es una manera de ser, rebosante de información El habla es un medio frío de baja definición por lo poco que da y por lo mucho que debe completar el oyente.

⁹⁰ Respecto a la tradición, la auténtica cultura sería aquella que no cambia, ya que no podría hacerlo sin deformarse, sin contaminarse, y, por lo tanto, algo a preservar. Muchos encuentran en esta definición el primer argumento crítico contra la televisión como cultura. Para estos críticos, a través de la televisión la cultura de masas no hace sino apropiarse de elementos de la cultura popular y transformarlos, según los criterios y los intereses de una minoría dirigente, para su fácil asimilación por una audiencia masiva, convenciéndola de haber realizado un encuentro valioso con la cultura anulando el planteamiento de otras inquietudes y reivindicaciones inherentes a la cultura popular. RODRÍGUEZ, F. (2003), *Cultura y Televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona, Estudios sobre televisión. Gedisa Editorial. p. 23.

Comunitat Valenciana, siendo testigo de primer orden del desarrollo televisivo de los distintos actos, que por su trascendencia tanto profana como sacra se celebran a lo largo y ancho del territorio valenciano. Sin entrar en cuestiones de idoneidad cultural, calidad televisiva, y de necesidad social, Televisión Valenciana debería ser, por el tiempo en el que sus emisiones están presentes en la Comunitat Valenciana, el medio capaz de esparcir las formas simbólicas⁹¹ más allá de las formas locales compartidas de la vida o cultura cotidiana (Cuisenier, 1999: 42), y en la cual “la circulación de las ideas dejaría de estar restringida al intercambio de palabras en contextos de interacción cara-a-cara, o mediante otros medios menos penetrantes como es la radio o la prensa”.

El periodista valenciano Juli Esteve (2000: 7) escribió al respecto que “el 9 d’octubre de 1989, ara ha fet deu anys, començaven les emissions de Canal 9. De la transcendència d’aquell esdeveniment pot donar una idea el fet que, d’aleshores ençà, no hi ha hagut cap qüestió que haja omplit tantes planes de diari como aquesta. La televisió, en general, és un fenomen tan quotidià, tan domèstic, participa tant de la vida de les persones, que la ciudadania se sent justament amb tot el dret de parlar-ne. I, com a reflex d’això, també els periodistas, els intel.lectuals els polítics”.

Como institución pública, la televisión tiene una función de gran responsabilidad cultural que consiste en proyectar la imagen del país y de sus actividades. El sistema televisivo de cada país refleja su contexto histórico, político, social, económico y cultural. De ahí que en el campo de la cultura, sobre todo en las televisiones públicas, “la programación tenga la obligación de propiciar la aparición de foros de debate y de facilitar la crítica social, incluyendo la suya propia como medio, así como de ofrecerse a las fuerzas culturales, sobre todo a las minoritarias, como plataforma divulgadora de sus creaciones y opiniones” (Rodríguez. F, 2003: 26).

⁹¹ *Los Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* .Pág.15. Con referencia al concepto de *simbolismo*, Ernst Cassirer define al hombre como un <<*animal simbólico*>>, y argumenta que “El hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo simbólico (...). Cualquier progreso humano en el campo del pensamiento y de la experiencia refuerza este tejido (...)”, en *Saggio sull’uomo*, Milán, Longanesi, 1948.

Incluso definiciones clásicas como *patrimonio étnico o cultural*, se ven en la necesidad de ser revisados por el impacto de medios como la televisión. Según afirma Martí (1994: 219), “lo que antes se difundía por transmisión oral, y por tanto estaba sujeto a la variabilidad que le imponía el cambio de parámetros espaciales y temporales, deviene ahora estático mediante su fijación con la notación gráfica o la grabación sonora del recopilador. Lo que antes era una canción cotidiana entre muchas, que nadie se hubiese atrevido a mostrar más allá del umbral de la alcoba o de la taberna, pasa ahora a ser patrimonio étnico y digna, por tanto, de ser ofrecida en los escenarios”.

La televisión o los viajes, por citar dos ejemplos significativos de nuestro actual ocio, puede ser, al mismo tiempo elementos de diversión, aprendizaje o fiesta. La actitud de la persona, sus intereses y su aprovechamiento son determinantes más allá de lo que objetivamente se ofrece. “Los modernos medios electrónicos al servicio del ocio pueden ser medios de alienación o de liberación. Por eso, hoy más que nunca, es necesario ahondar en las dimensiones del ocio” (Cuenca, 2000: 184).

En este sentido, el medio televisivo ya no es sólo un medio instrumental de la comunicación, (Sartori, 2002: 40), “sino también es en realidad una *paideía* un sistema antropogenético, un *médium* que hace eclosionar a un nuevo *ánthropos*, un ser humano novedoso”.

El desarrollo de los medios de comunicación en la Comunitat Valenciana⁹², -encabezados por la empresa pública RTVV Canal 9-, se imbricaron de forma compleja con un proceso de desarrollo paralelo, que unidos invirtieron en lo que se ha llamado modernidad, figura 5. Así pues, para conocer la naturaleza de la modernidad, sus características y las formas de vida a partir de esa realidad, es inevitable la necesidad de conocer el papel

⁹² En la primavera de 1988, tras la aprobación por las Cortes Valencianas de los nueve miembros del Consejo de Administración y con posterioridad a la propuesta de socialistas y populares –mayoritaria en el seno de dicho Consejo y aceptada luego por el Consell- apoyando el nombramiento de Amadeo Fabregat como primer director, comenzaba la cuenta atrás del proyecto que despegaría finalmente en otoño de 1989.

central de este medio de comunicación y su impacto socio-cultural.

Las retransmisiones televisivas, en directo o en diferido, contribuyen a alimentar un cierto aire de espectáculo y de competencia. Esta competencia alcanza a cuestiones diversas, (Contreras, 1999: 28), “puede competir por la publicidad que representa la televisión, puede competir por unos recursos cada vez más escasos como las subvenciones públicas, puede competir, incluso, por la mayor o menor autenticidad que les supone a cada una de las manifestaciones folklóricas”.

Con el uso de los medios de comunicación de masas –siempre me referiré a la televisión-, los individuos interaccionan de distinta forma que en el resultado de los encuentros cara-a-cara que surgen de la vida diaria. La simple naturaleza del sistema hace que esa interacción sea distante para otros que están físicamente ausentes o desubicados geográficamente. De forma resumida, y según J.B.Thompson (1998: 17) “el uso de los medios de comunicación transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos modos de ejercer el poder, disociados del hecho de compartir un lugar común”.

Por ello nos preguntamos, ¿ha destruido el desarrollo de los sistemas de producción televisivos los modos de vida tradicionales? o, ¿es la televisión la razón de los cambios o de renovación de las tradiciones, extrayéndolas de sus contextos originales, provocando nuevas fuentes de identidad a los individuos desarraigados espacialmente?

“En les societats contemporànies, la formació de les identitats col·lectives està tímicament lligada als moderns mitjans de comunicació. Amb condicionaments diversos (econòmics, polítics, tecnològics...), els mitjans elaboren els coneixements socials, reinterpreten els valors culturals de la tradició i conformen nous referents comuns. En conseqüència, els professionals de la comunicació reflecteixen les aspiracions identitàries i alhora solen impulsar-les de manera diferents: són (de)constructors del sentiment d'identitat compartida⁹³”.

⁹³ *El Temps*. Suplemento 109. Del 17 al 23 de febrero de 2004.

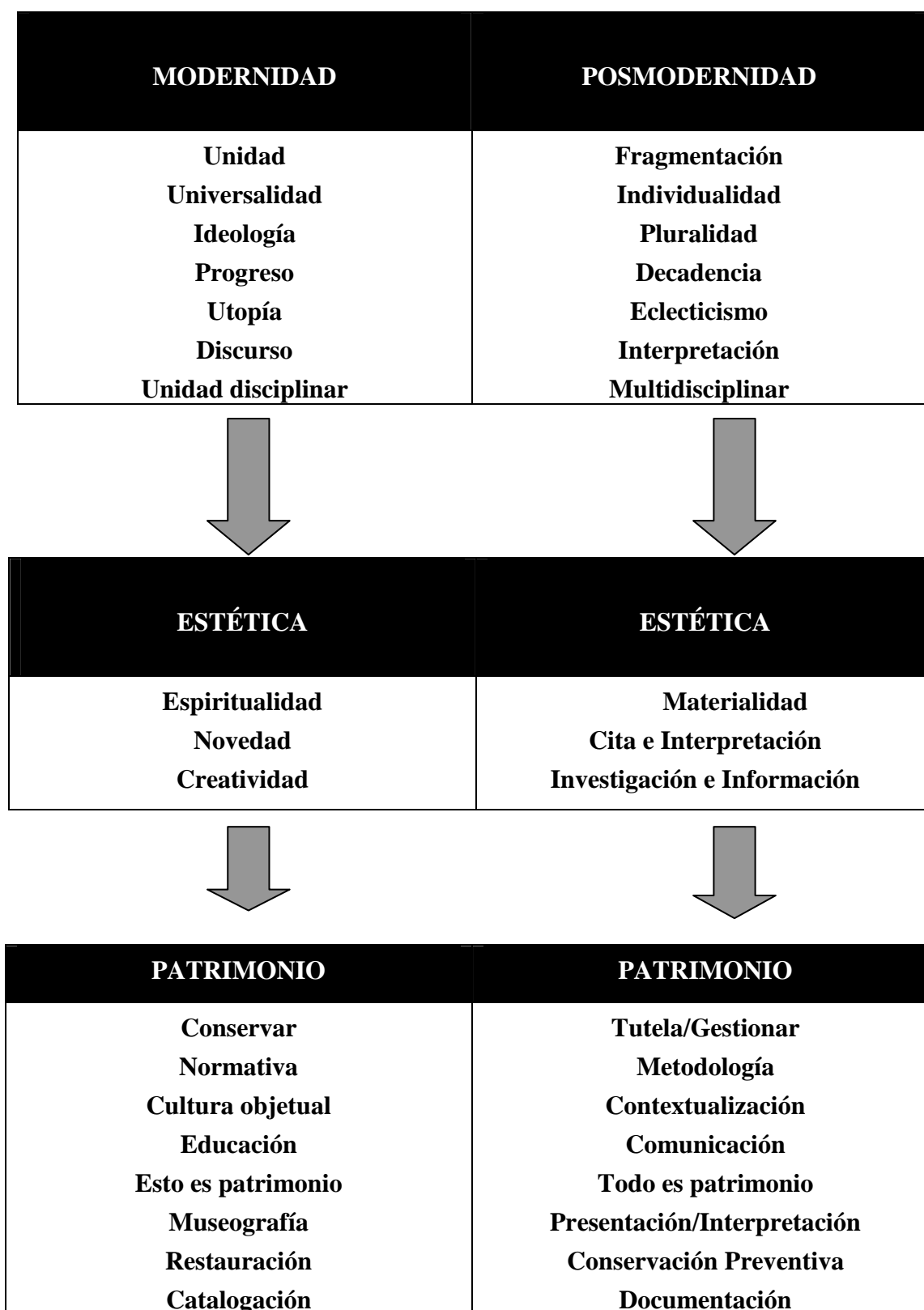


Fig. 5

Podemos partir de supuestos de pensamiento clásico y afirmar que con el desarrollo de las sociedades modernas, la tradición se va desprendiendo de su significado, y que con el paso del tiempo dejará de formar parte significativamente de la vida cotidiana del grupo social donde esté inmersa. El desarrollo de los media como parte integrante en el desarrollo de las sociedades modernas ya está ampliamente validado con la contribución de Habermas (1989: 51), “quién sostiene que *la articulación de la opinión pública a través de los media constituyó una característica vital de la vida democrática moderna*”.

Por otra parte, la tradición hermenéutica (Ricour, 1981, 89), preocupada por la lectura no descontextualizada de las formas simbólicas, destaca la afirmación de “que la recepción de las formas simbólicas –incluyendo los productos mediáticos- siempre implican un proceso de interpretación creativo y contextualizado donde los individuos hacen uso de los recursos disponibles para dar sentido a los mensajes que reciben”. Partiendo de la premisa clásica, deberíamos aceptar que con el desarrollo de las sociedades modernas viene inexorablemente el declive del papel de la tradición. Pero superada esta teoría (Thompson, 1998, 237), y teniendo en cuenta la importancia que la televisión mantiene en la sociedad moderna, “deberemos aceptar que esta posibilidad tecnológica lo que favorecerá será sin duda una destradicionalización “.

Según las tesis del profesor Manuel Martín (2004: 16) “el reconocimiento de las interacciones y de otras muchas más entre el estado de las formaciones sociales y las características de la comunicación pública, no plantea dificultades ni suele discutirse. El problema radica en que desconocemos todavía por qué se producen y cómo operan. Esta incógnita tiene consecuencias teóricas y prácticas. A nivel teórico dificulta el avance de todas las disciplinas sociales que están concernidas por una explicación del cambio social y de la evolución cultural. A nivel práctico impide que las políticas encaminadas a la transformación histórica de las sociedades planteen estrategias comunicativas apoyadas en un conocimiento suficiente de lo que se está haciendo y de sus posibles efectos”.

Así, podemos afirmar que incluso los organismos internacionales han asumido que la comunicación pública es una vía para el cambio social. Se tiene la expectativa de desarrollar la cultura, eventualmente frenar la colonización política y cultural y de impulsar el progreso de los pueblos hacia situaciones más libres y más prósperas, transformando el uso de los medios masivos de difusión y el tratamiento de sus contenidos. Se muestra cómo son las prácticas comunicativas actuales y se las enfrenta con las necesidades de los pueblos, pero no se está muy seguro de cuáles son las alternativas correctas al actual empleo de la comunicación pública.

La mediatización de la tradición la dotó de una nueva vida, eliminando las limitaciones de la *interacción cara-a-cara*, caracterizándose de forma distinta. Podemos afirmar que con el uso generalizado de la televisión la tradición se desritualizó, eliminando así sus contactos directos con la vida cotidiana de los individuos, y con la realidad que de estos se deriva. Martín. Barbero (1995: 31), asegura que “los medios han acarreado una eliminación de la distancia entre lo sagrado y lo profano. Y esa, la distancia que durante siglos la religión había mantenido y ahora los medios han desplazado, ha provocado la dura trivialización de lo sagrado, pero a su vez –y este es el aspecto fundamental de la incursión de la televisión en la tradición- ha conseguido que lo sagrado penetre en cualquiera de las esferas de la vida cotidiana”.

Respecto a la cotidianidad, (Lull, 1992: 50-57) afirma que “el yo, constreñido fuertemente en la sociedad tradicional y arraigado en la familia y en la rutina, se enfrenta ahora a un individuo mediatizado en una sociedad moderna móvil, flexible y ajeno al anquilosado mundo del yo constrictivo. La visión familiar de la televisión, por ejemplo, aun cuando esté siendo hecha por individuos que están aislados uno de otro en el espacio vital, es mucho más un acto de comunicación interpersonal que un acto de consumo o de construcción del sentido”.

La tradición en conclusión, no ha sido destruido con la inclusión de la televisión, sino más bien transformada o desalojada por ellos. Y a su vez, cabe asegurar que la permanencia de esa tradición mutada o polarizada por los media introduce el desencanto del mundo moderno como precio por la

racionalización de la sociedad de la información, y que Max Weber lo describía como el *"destino de los tiempos modernos"* (1994: 49).

Hay un mapa cultural distinto tanto a nivel local, así como en lo regional y qué decir con el ámbito global/mundial. Estamos en presencia de un "otro territorio" en donde la globalización de nuestras vidas y la mundialización de la cultura están determinando muchas de las formas que estamos asumiendo por encima de la escuela, la familia, la iglesia y todos los "aparatos" institucionalizados para la transmisión y preservación/conservación de objetos de la "alta cultura"⁹⁴. El sociólogo Manuel Castells (2000: 549- 552), realiza un análisis de la sociedad contemporánea y su modificación constante como era de la información:

-Estamos ante una sociedad que puede llamarse con toda propiedad la sociedad red, caracterizada por la preeminencia de la morfología social sobre la acción social.

-Entonces, como tendencia histórica, las funciones y los procesos dominantes en la era de la información se organizan más en torno a redes. Estas constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades y la difusión de su lógica de enlace modifica de forma sustancial la operación y los resultados de los procesos de producción, la experiencia, el poder y la cultura.

-Las relaciones entre las redes, facilitada por las tecnologías de la información que operan a la velocidad de la luz, configuran los procesos y funciones dominantes en nuestras sociedades.

-Las redes son los instrumentos apropiados para una economía capitalista basada en la innovación, la globalización y la concentración descentralizada.

-La convergencia de la evolución social y las tecnologías de la información ha creado una nueva base material para la realización de actividades por toda la estructura social. Esta base material, compuesta por

⁹⁴ BISBAL, M. *"De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis"*. En ZER Revista de Estudios de Comunicación. Pág. 3.

redes, marca los procesos sociales dominantes, con lo cual organiza la misma estructura social.

-Estamos en presencia de una nueva economía. Esta nueva economía se organiza en torno a las redes globales de capital, gestión e información, cuyo acceso al conocimiento tecnológico constituye la base de la productividad y la competencia.

-En consecuencia, el proceso de trabajo cada vez se individualiza más, se desagrega la realización del trabajo y se reintegra su resultado mediante una multiplicidad de tareas interconectadas en emplazamientos diferentes, lo que inaugura una nueva división del trabajo, basado en los atributos/capacidades de cada trabajador más que en la organización de las tareas.

-La sociedad red, en sus diversas expresiones institucionales, es, por ahora, una sociedad capitalista. Pero el tipo de capitalismo es diferente, ya que el capital funciona a escala global como una unidad en tiempo real; y se realiza, invierte y acumula principalmente en la esfera de la circulación, esto es, como capital financiero.

-La acumulación de capital se efectúa y su creación de valor se genera, cada vez más, en los mercados financieros globales establecidos por las redes de información en el espacio atemporal de los flujos financieros.

-El capital financiero, para operar y competir, necesita basarse en el conocimiento generado y procesado por la tecnología de la información. Este es el significado concreto de la articulación existente entre el modo capitalista de producción y el modo informacional de desarrollo.

-La tecnología y la información son herramientas decisivas para generar beneficios y para conseguir cuotas de mercado. Así pues, el capital financiero y el capital industrial son cada vez más interdependientes, aun cuando sus modos de operación sean específicos para cada industria.

-Las relaciones sociales entre el capital y el trabajo se han transformado en profundidad. El capital es global, el trabajo es local. Así pues el capital se

coordina globalmente; el trabajo se individualiza.

-El informacionalismo, en su realidad histórica, lleva a la concentración y globalización del capital, precisamente mediante la utilización del poder descentralizador de las redes. Las redes convergen hacia una metared de capital que integra los intereses capitalistas a escala global y a través de sectores y ámbitos de actividad.

-El trabajo pierde su identidad colectiva, individualiza cada vez más sus capacidades, sus condiciones laborales, y sus intereses y proyectos.

-El capital y el trabajo tienden a existir cada vez más en espacios y tiempos diferentes: el espacio de los flujos y el espacio de los lugares, el tiempo inmediato de las redes informáticas frente al tiempo de reloj de la vida cotidiana.

-En la sociedad red los procesos de transformación social también afectan a la cultura y al poder. Las expresiones culturales se abstraen de la historia y la geografía, y quedan bajo la mediación predominante de las redes electrónicas de comunicación, que interactúan con la audiencia en una diversidad de códigos y valores, subsumidos en última instancia en un hipertexto audiovisual digitalizado.⁹⁵

-El hecho de que la política tenga que enmarcarse en el lenguaje de los medios basados en la electrónica tiene consecuencias profundas sobre las características, la organización y las metas de los procesos políticos, los actores políticos y las instituciones políticas. Los poderes que existen en las

⁹⁵ Respecto a los cambios culturales sufridos por la sociedad por el inexorable avance de lo digital, Juan Manuel Larrondo, en *La digitalización de la experiencia* (El buscador de oro. Escuela contemporánea de Humanidades). AA.VV. Pág.16, asegura que el inmenso poder manipulador que ostenta la tecnología digital se refiere sólo a un mundo finito. Y no podría además ser de otra forma, puesto que este poder no es otra cosa que una combinatoria de símbolos. Lo mismo se puede decir del lenguaje escrito, sobre todo de la escritura alfabética. La diferencia con respecto a la escritura es que la esfera creada por el mundo digital tiene mayores pretensiones de sustituir a la esfera de estímulos provenientes del mundo material. Seducidos por las posibilidades de lo digital, hay quienes ven en la nueva cultura audiovisual una *segunda oralidad*, una vuelta a algunos de los modos de las culturas orales no alfabetizadas (McLuhan). A mi modo de ver la tecnología digital avanza en la dirección opuesta, no es otra cosa que el logro más acabado del programa galileano, un paso más en la abstracción, en la creación de un mundo separado de la materia, del cual sólo podremos beneficiarnos si conocemos bien sus limitaciones.

redes de los medios ocupan un segundo lugar ante el poder de los flujos incorporados a la estructura y el lenguaje de estas redes.

-Los cimientos materiales de la sociedad, el espacio y el tiempo, se están transformando y organizando en torno al espacio de los flujos y el tiempo atemporal.

-Cada vez mayor número de personas considera un desorden metasocial el nuevo orden social, la sociedad red. Pero la sociedad red representa un cambio cualitativo en la experiencia humana.

Si suponemos como tradicionales las distintas manifestaciones festivas de la Comunitat Valenciana, y serán tradicionales ya que su continuidad en el tiempo se basa principalmente por el mantenimiento de modelos de representación del pasado, justificaremos su necesidad de adaptación a los distintos medios disponibles, en este caso a la Televisión. La celebración de la Fallas en Valencia como acto festivo pseudo-religioso que proporciona alguno de los materiales simbólicos para la formación de la identidad individual y colectiva, bien puede representar el paradigma celebrativo en el que el sistema mediático mejor puede desarrollar sus tesis. Pero “no hay que dejar de lado el aspecto de que en ciertos contextos la tradición puede adquirir un carácter manifiestamente político (Thompson, 1998: 45), y que servirá como guía normativa para la acción, además de como base para el ejercicio del poder sobre los otros y para asegurar la obediencia a las órdenes”.

Jorge Grau Rebollo (2002: 23) realizado un estudio analítico sobre antropología audiovisual y elementos simbólicos, indica que “centrándose en el estudio de la formación, gestión y expansión de constructos simbólicos, y en el modo en que las representaciones sociales actúan como formas de percepción y traducción empírica de etnoconcepciones culturales, incluso en un nivel social microscópico donde el interés no reside tanto en las grandes manifestaciones de iconografía cultural, sino en los detalles aparentemente más nimios pero potencialmente cargados de significación”.

Al respecto del sistema mediático, Rafael Xambó, asegura que “el sistema mediático s’ha instalat al cor de la societat. A mesura que el processos

tradicionals de socialització dels individus (estructures familiars, veïnals, de treball, educatives, estructures de creença –esglésies- i de participació sociopolítica- sindicats, partits i associacions) han anat relativitzant-se i perdent capacitat d'inclusió, els mitjans de comunicació han ocupat l'espai que quedava lliure en un procés llarg i complex en què els mitjans, sobretot la televisió, han colonitzat cada vegada més àmbits de la vida social⁹⁶.

La televisión es el gran ritual moderno que toma el relevo de otros rituales sociales decadentes u obsoletos, o ineficaces y desimbolizados, como pudieron ser la religión, las celebraciones festivas (fallas, Semana Santa, etc.) o los rituales rurales y gremiales; y lo hace con la misma fuerza, aunque de manera todavía más global, superando fronteras geográficas, culturales y de clase y raza. Como ritual profano la televisión (Abril, 1997: 81), “recoge fobias y anhelos dispersos, variopintos, inconexos e incluso contradictorios (deseo de ilusión, sueño de felicidad, pero también fascinación por la violencia, por el riesgo, atracción de la muerte); y los va integrando en su discurso sincrético, les da forma, los convierte en narraciones accesibles a todos, los vuelve visuales, gráficos desde todos los puntos de vista (representativos e intelectual), creando nuevos rituales comunicativos que articulan lo ordinario y lo extraordinario”.

Según el Gran Relato de la modernidad, “la fiesta, al igual que la costumbre, el rito, la fe, estarían condena a desaparecer bajo *“las gélidas aguas del cálculo egoísta”* (Marx) o a quedar petrificada en *“la escarcha de la ascesis puritana”* (Weber)”, afirma Ariño (1996: 5-19). En este sentido, se puede hablar de *ideología* de la tradición, que servirá para el mantenimiento de las relaciones de poder estructuradas. Si como se ha dicho mediante los mass-media – en nuestro caso la televisión- la naturaleza preexistente de los materiales simbólicos puede cambiar, es indudable pensar que también lo hará con el proceso de formación de la identidad popular. Con ello, la importancia de la televisión está más que justificada, como transformador de las formas de vida tradicionales, y como proceso vinculante de nuevas formas de entender

⁹⁶ XAMBÓ, Rafael. “Mentida, porqueria i televisió”. Els mitjans, a debat en un cicle de col·loquis organitzat per la Càtedra Joan Fuster. En Levante-EMV. 13 DE FEBRERO DE 2004. Pág. 4 (Posdata. Comunicació).

esa tradición destradicionalizada. Todas las identidades son construidas; esta construcción se da en un contexto marcado por elaciones de poder. Manuel Castell (1998: 29-30) distingue tres formas y orígenes en la construcción de la identidad:

1. *Identidad legitimadora*: "introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales". Las identidades legitimadoras generan una *sociedad civil* con sus instituciones.

2. *Identidad de resistencia*: "generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad. La identidad para la resistencia conduce a la formación de *comunidades* que, en ocasiones, ponen en marcha mecanismo de "exclusión de los excluidos por los excluidos".

3. *Identidad proyecto*: "cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social". La identidad *proyecto* produce sujetos, entendidos como el actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan el sentido global de su experiencia.

Por todo ello es muy difícil hablar de *una* identidad; menos aún de una sola conciencia de identidad. Existen en un mismo espacio y en el mismo momento formulaciones y propuestas distintas, con propósitos muy diferentes. Los diferentes tipos de identidad coexisten más o menos en confrontación, sin que pueda decirse que un tipo u otro de identidad sea mejor o más positivo que otros. De hecho, las identidades de resistencia, por ejemplo, pueden articularse como identidades-proyecto, y sin duda aspiran a lograr sus objetivos y, por tanto, convertirse en identidades legitimadoras⁹⁷.

⁹⁷ En Andalucía: *Identidad cultura, multicultural y cambio social. Importancia del actual debate sobre la identidad*.

El debate que sobre la construcción de las identidades –culturales– representa la televisión, Chris Barker (2003: 277) escribe que “en la era de la globalización, la televisión es vital para la construcción de identidades culturales, pues hace circular todo un bricolaje de representaciones de clase, género, raza, edad y sexo, con las que nos identificamos o contra las que luchamos”. Es decir, la televisión es un recurso proliferador y globalizado para la construcción de la identidad cultural y un lugar de cuestionamiento de los significados. También exploramos toda una serie de estereotipos distintos. Sin embargo, si bien es cierto que la televisión sigue produciendo y haciendo circular discursos racistas, se dijo también que las representaciones de los negros en la televisión son frecuentemente ambiguas y ambivalentes. Dichas ambigüedades son el lugar de las luchas culturales por el significado más que un establecimiento de significados definitivos para las audiencias, y lo mismo vale para las cuestiones del sexo y el género. En efecto, mientras que la televisión puede representar a la mujer como segundo sexo, situándola en el trabajo patriarcal de la domesticidad y en una sexualidad orientada al varón, algunos lugares o representaciones pueden desestabilizar las construcciones del género. Así, por ejemplo, tanto los travestís como los vídeos de Madonna podrían sugerir el carácter preformativo y cambiante de todas las identidades sexuales.

No hay que olvidar la inseparable relación entre la televisión y el mundo globalizado -como resultante de varios factores⁹⁸-, donde la conexión entre aquello popular y aquello masivo a través de los nuevos vínculos entre aquello local y aquello global, entre el pasado y el presente, define el sentido de las transformaciones de la cultura popular.

Según James Lull (1995: 231), “la Cultura Popular es un concepto extremadamente complejo que para nuestros fines conviene definir como el

<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaph/publicaciones/dossiers/dossier03/dossier3art4.html>. Pág. 2. (consultado el 17 de febrero de 2007)

⁹⁸ (...)”*La globalització, caldria afegir, és el producte resultant i combinant del desenvolupament històric del capitalisme, les innovacions tecnològiques, la difusió universalista d’ideologies i sistemes de creences, l’activitat político-institucional dels estats-nació, els fluxos migratoris transnacionals, un enorme creiximent demogràfic, l’extensió de nous mitjans de comunicació y l’aparició de crisis globals (ecològiques, sanitàries, socials)” (...)*. Gil-Manuel Hernández. En Levante-EMV, 31 de mayo de 2003.

modo en que viven las personas: los valores, suposiciones, reglas y prácticas sociales comunes que constituyen y forman la identidad y la seguridad personales y colectivas. La cultura es una idea muy dinámica, especialmente hoy, pues se construye no sólo partiendo de las influencias locales, sino también en virtud de las representaciones simbólicas que nos llegan a través de los medios masivos y culturales”.

Al respecto, el profesor Hernández i Martí (2001: 751) indica que “abordar la tradición actualmente implica realizar un ejercicio previo de reconceptualización del termino, ubicándolo en sus nuevas condiciones sociopolíticas, definidas por la intensificación del proceso de globalización y el tránsito hacia una alta modernidad o modernidad avanzada”.

Podría parecer extraño, e incluso contradictorio, que la acentuación actual del papel de las fiestas como referentes de identificación se dé precisamente en una época como la nuestra, marcada por el fenómeno de la globalización. En esta era de lo global y de lo local, que algunos autores denominan de lo glocal -global y local a la vez-, los medios de comunicación viven un proceso de constante cambio.

No debemos olvidar que los medios de comunicación también son en la actualidad unos poderosos elementos de consolidación de una identidad cultural. Por ello precisan emplear las tecnologías actuales, que ya no son sólo herramientas, sino procesos a desarrollar. Los usuarios tienen que tomar las nuevas tecnologías -en especial Internet- para producir y distribuir bienes y servicios. Así podremos intervenir y contribuir a la consolidación de la identidad cultural, al tiempo que participaremos en ese desafío al proceso de globalización estandarizadora que prefieren los artífices del diseño del nuevo escenario⁹⁹. Quienes así lo creyeran, influidos por la ideología hoy dominante del globalismo, (Moreo, 1999: 20), “estarían dejando de lado el hecho de que nuestro mundo actual no está regido sólo por la dinámica de la globalización, sino también por la dinámica, opuesta y complementaria de la localización o

⁹⁹ Dr. LÓPEZ G .Xoxe. “La información de comunicación de proximidad en la sociedad global. Estrategias de comunicación local en la era global o como mantener la identidad en un mundo glocal”. En Revista Latina de Comunicación. La Laguna (Tenerife). Nº 13, enero 1999. Pág. 3.

reafirmación de las identidades colectivas”.

El término globalización debe ser matizado, ya que no vivimos en una aldea global en la que una supersociedad mítica, que lo abarca todo y que tiene su base en la tecnología, reemplaza sistemas sociales y culturas locales permitidos y no deseados. A pesar de los pasmosos logros alcanzados por la tecnología, no nos hemos convertido en un solo pueblo ni lo haremos. Es verdad que poderosas fuerzas homogeneizadoras, entre las que se incluye el armamento militar, las técnicas publicitarias, los idiomas dominantes, los formatos de los medios y las tendencias de la moda afectan innegablemente la conciencia y la cultura en virtualmente todos los rincones del planeta. Pero esas influencias políticas, económicas y culturales no penetran uniformemente en todos los contextos culturales. No hay duda de que las fuerzas de la modernidad han cambiado el rostro de las culturas del mundo entero y han alterado además las relaciones políticas y económicas. Pero para entender la naturaleza de estas transformaciones “hace falta tener en cuenta que tanto o más importantes que su fenomenología (los programas televisivos de máxima audiencia, el fútbol, las fiestas, los macroconciertos de rock, el consumo en grandes almacenes...) son los discursos (políticos, comerciales, turísticos, identitarios) sobre la cultura popular masiva (y sobre la tradición, porque son los que nos hablan de las nuevas funciones de aquello popular, configuradas por unas concretas condiciones históricas”, (Lull, 1995: 195).

En resumen, el medio televisivo se enfrentará ahora a una tradición transformada, alterada y dispuesta a enfrentarse a nuevos retos, a la modernidad avanzada. Al respecto se pregunta Antonio Ariño (1996: 16-17),” ¿conserva todavía su autenticidad, o recluida en el universo de lo privado y convertida en mero producto de consumo o espectáculo banal, pervierte su sentido *originario* y deviene mero simulacro? ¿La revitalización no consistirá en una simple folclorización políticamente programada? ¿En qué medida la gestión cultural, comercial o política y la mediatización no tergiversan sus significados y funciones?” En el mismo debate, Enrique Gil Calvo utilizó la expresión *fiesta disuelta* para referirse a la progresiva descontextualización local y a su escenificación audiovisual.

Cap 3º
**La generación de archivos
audiovisuales sobre patrimonio
histórico-artístico**

3.1. Difusión audiovisual de contenidos culturales. Propuesta de definición.

La Sociología encontrará en toda la gama de productos televisivos o utilizados por la televisión el testimonio de una determinada época reflejando la mentalidad de una población consumidora de dichos productos, en los modos, maneras, comportamientos y relaciones, en el lenguaje empleado y en las formas de vestir, por citar algunos, “la enumeración de los posibles usos y utilidades del documento audiovisual sería una tarea prolija y, se nos antoja, infinita, que dependerá del enfoque e imaginación de los investigadores, sociólogos, historiadores, educadores entre otros, a los que invitamos desde aquí que incorporen este instrumento en sus trabajos y actividades”¹⁰⁰

Una de las fuerzas conductoras, como resultado de, muchos de los desarrollos de Internet y de las tecnologías de las comunicaciones, ha sido la cultura. La habilidad para mezclar cultura y tecnología, en la creación, en los productos y en los mercados parece emerger como una dimensión clave de la vida económica globalizada. “La cultura, es una fuerza motriz en la sociedad y la economía europeas de hoy. Es un factor de identidad, de confianza y de cohesión social para los individuos y los territorios. (...). En este fin de siglo XX, la cultura se convierte en una fuerza productiva completa. Las grandes funciones culturales que constituyen la educación, la información, la formación y la cultura, se hacen motoras en el desarrollo económico” (Delcourt, 2001:49).

Pero la comunicación de la cultura debe ir más allá de la propia idea de difusión del conocimiento, debe acercarse a modelos creativos. Según esta idea, desarrollada en profundidad en esta investigación la declarar el documento audiovisual como creación artística destinada a ser difundida y conservada, Xosé López indica que “la comunicación de la cultura en los medios debe desbordar los límites mismos de la información para constituirse en creación cultural”¹⁰¹

¹⁰⁰Odrizola, E; Muñoz, J; Pavillard, S, (1994): “*La televisión pública como servicio esencial. El archivo audiovisual*”. En Documentación de las Ciencias de la Información. Nº 17. Pág. 104

¹⁰¹Xosé López “*Información Cultural. Herramientas para comunicar cultura en un escenario marcado por la sombra de la mercantilización mundial*”. En Fernandez del Moral, J (2004).

La problemática se situaría entonces en conocer la naturaleza de la “cultura” que se puede difundir en el medio televisivo, los contenidos televisivos, según afirma Bernard-Henri Lévy¹⁰² (1991:36), “el único secreto para que la cultura sea televisiva es el de tratarla como cualquier otro tema”.

Sin introducirse en cuestiones ideológicas sobre la “cultura”, bajo tesis historiográfica la “cultura” puede ser considerada desde dos posibles concepciones:

- La Ilustración como productora del “saber”, división social entre “cultos” e “incultos”, y de la gran experiencia de la “High Culture”. Posición restrictiva, apocalíptica e incapaz de la creación de culturas masivas, y de la no posibilidad de que las masas, en sus términos más genéricos, sean capaz de crear una cultura popular.
- Concepto que soporta la antropología cultural actual, en tanto que más integradora y extensa.

La radio y al televisión (Fernández Asís, 1986:8), como instrumentos de cultura, “son también cultura, porque pertenecen a la cultura de nuestro siglo y forman parte de ella”. Y también son cultura cuando no están ocupadas en transmitir mensajes culturales en sentido estricto. Podremos recordar, siguiendo una distinción no muy reciente, pero siempre válida, que la radio puede hacer tres especies de cultura. Hace mass-cult (que es el término usado en sentido distinto al de cultura de masas) en la medida que hace propaganda sólo de determinadas ideas, publicidad, divismo, difusión de canciones, deporte, exaltando los héroes nacionales, etc. Hace *mid-cult*, o sea cultura mala para las clases burguesas, cuando ofrece a éstas fingidos sistemas de vida y mitos contemporáneos: la mundanización, la aristocracia, los amores del príncipe Andrés, el exotismo, la mala educación sexual, las religiones orientales como medio de evasión de la realidad, las erróneas dietas para los ricos gordos, los conocimientos en el campo del arte, no más que aproximativos: debéis aprender a apreciar a Picasso sin explicar el cómo ni por qué. La radio, por

Periodismo especializado. Ariel Comunicación. Pág. 378.

¹⁰² Bernard-Henri Lévy, director del programa *Les aventures de la liberté*, en la televisión pública France 2.

último, hace *high-cult* cuando se dedica a la cultura verdadera y propia. Por nuestra parte aceptamos en la integridad la clasificación y definición de las tres culturas, a cargo de P. Valmarana.

El mismo autor define en términos culturales, que esta, entendida como conjunto de ideas, principio, normas y costumbres que caracterizan a una sociedad –incluso los tabúes y sin olvidarse de la contracultura- exige un reflejo en los medios de comunicación audiovisual, que así cumplen una de sus más importantes funciones como espejos de la sociedad a la que sirven, de cuyos influjos son portadores y a la que a su vez contribuyen a transformar, no por sí sola, como opinan algunos desmedidos pensadores, sino en coordinación no buscada con otros factores simultáneos y paralelos de orden científico, técnico, económico y hasta público. De suerte que la cultura es uno de los bienes trascendentes que además de representar un depósito o yacimiento decantado por el paso de los siglos, manifiesta inflexiones y variedades propias para calificarla como una de las consecuencias del dinamismo social y de las frecuencias de las comunicaciones interpersonales, tan aceleradas y multiplicadas en los últimos tiempos por la proliferación de los medios de transporte físico y de comunicación de mensajes intelectuales abstractos. La cultura no se instala casi nunca en una tradición autóctona, sino que admite insertos exteriores, de los que citamos sólo a título de ejemplo, por estar tan próximo a nosotros, el de la española, como yuxtaposición de muchas otras exógenas (griega, fenicia, cartaginesa, romana, visigoda, islámica, etc.), aquí alquitaradas por ese fenómeno al que los sociólogos denominan *patriación cultural*. La cultura española trasplantada a América, dio origen a otras patriaciones culturales, exactamente iguales a las que aquí recibimos por el boomerang de América con factores generados allá desde los mundos azteca o incaico y de otras variadas y ricas civilizaciones amerindias que también influyen sobre nosotros hasta el presente día. Dada la capacidad de difusión de los medios audiovisuales, es patente que les corresponde el primer lugar en ese cometido testimonial y activo en términos de la cultura considerada como una mezcla –no siempre bien avenida- de elementos a la par estáticos y móviles. No sólo esta obligación resulta de la propia naturaleza de los medios, sino que viene impuesta desde el exterior y ellos han de aceptarla, si no

quieren dar una imagen amputada, infiel o negativa de la sociedad en que estamos anclados y que no podemos ni debemos traicionar. Ha de considerarse que todos los mensajes manejados a diario en el pluriverso de circuitos imagen-sonido, los de más difícil transcripción –y a veces aceptación– son los culturales. La creación del mensaje de la cultura y su diseminación y aún inseminación sin distorsiones, con códigos de fácil identificación por el destinatario, constituye algo fundamental de nuestro trabajo, con el que tratamos de llegar a conclusiones eficaces a partir de iniciativas, ideas, debates y muestras profesionales elaboradas en las riberas del Atlántico y del Pacífico por hombres dotados de un patrimonio común en conjunto, el cultural en este caso, siquiera con variables muy significativas y definidas tanto por diferencias de origen histórico como por dispersión geográfica. El autor, continúa en sus tesis afirmando que, existe así mismo una contradicción historia-cultura, e insiste en que la herencia cultural de características adquiridas se da sólo en nuestra especie.

El sistema de información que hace posible la cooperación humana es la cultura. La vía al margen del hombre se adapta a las condiciones del medio ambiente mediante un proceso evolutivo. La cultura permite al hombre vivir sin adaptación genética casi en cualquier lugar del planeta. La cultura se convierte así en un biosistema. Las características adquiridas se heredan a través de la cultura. La cultura concebida como sistema de información puede dividirse en cinco elementos relacionados entre sí. El lenguaje permite que toda la información recogida por el grupo sea almacenada y transmitida de generación en generación. Los individuos totalmente aislados del lenguaje de su grupo apenas pueden participar en la vida del mismo. La inteligencia humana y el conocimiento surgen a través del lenguaje. Sobre todo el saber humano, que depende de la capacidad para analizar los capos de percepción y conocimiento aisladamente, lo que es posible mediante el lenguaje. El segundo elemento de la cultura es la totalidad de las unidades de información que constituyen ciertos contenidos de cultura. Estas unidades tienen diversas formas y muchos nombres. Se llaman filosofía, teología, ideología, tradición, escritura, doctrina, mito, ciencia, arte, folklore, sabiduría, leyenda, historia.

Dentro de este sistema la cultura es el inventario de la realidad. Un sistema histórico modela la vida de la cultura en asociación con tres instituciones; estas son la religiosa, la política y las familiares que se encuentran en todas las culturas. Una cultura puede ocultar sus instituciones, pero no puede ocultar la información de la que depende. En las culturas occidentales la relación entre la información religiosa y la organización social se ha visto complicada con la intervención de la *Ciencia*, una fuente e información sin clasificar convencionalmente como base de información religiosa.

La comunidad científica occidental ha tomado a su cargo sus funciones religiosas. La descripción del orden cósmico, la designación de las clases de fuerza que son immanentes en el mundo, la pronunciación sobre el origen y la naturaleza del hombre, de toda la información sobre la realidad que se especifica para la organización social, incluyendo la organización política.

La institución política es la unidad en cualquier cultura que selecciona o genera y distribuye la información. Esto permite a los grupos tener metas comunes, tales como el orden, la seguridad y la explotación de los recursos materiales. Alterar la información política es la unidad en cualquier cultura que selecciona o genera y distribuye la información. Esto permite a los grupos tener metas comunes, tales como el orden, la seguridad y la explotación de los recursos naturales. Alterar la información política sin alterar la información religiosa es conseguir la reforma. Si se alteran las dos, se consigue la revolución. La familia tiene funciones informativas determinadas, funciones llevadas a cabo por las familias de todas las culturas. Entre ellas están el enseñar al joven el lenguaje del grupo, proporcionándole toda la información en la que se basa su identidad personal y la organización de la personalidad (incluyendo la identidad sexual) y suministrándole la primera introducción al sistema histórico del grupo al que la familia pertenece.

La comunicación, la disciplina que investiga el sistema humano de la información, investiga lo que es universal y fundamentalmente humano. La comunicación es, por tanto, la clave de la unificación de las ciencias sociales y culturales. La física del siglo XX se revolucionó a causa del desarrollo de las teorías y principios que establecieron la realidad del observador con el sistema observado: la relatividad, la indeterminación y la complementariedad. La teoría de la comunicación hace posible que se establezca la misma relación con los observadores de los sistemas sociales y quizá contenga el embrión de una revolución en las ciencias culturales y sociales. Extractadísima, tal es la teoría apoyada por Patrick Williams y Jean T. Pierce en *Journal of Communication*.

Así, podemos introducir el término de periodismo cultura. El periodismo *cultural* –más adelante se propondrán conceptos como periodismo especializado-, puede englobar profesionalmente a lo que denominaremos difusión cultural en el medio televisivo, aunque huelga decir lo problemático del término.

Aunque de forma ambigua, Iván Tubau (1982:36) define el periodismo cultural como un “periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”. De forma más compleja y extensa existen aportaciones sobre el concepto de periodismo cultural, “el periodismo cultural es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de *las bellas artes, las bellas letras*, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental” (Rivera, 1995:84).

Extrapolando los dos conceptos que *a priori* son extremos, por una parte dotado de una gran simpleza y ambigüedad y por otra de un excesivo desinterés por central el problema, podemos afirmar que la cuestión tiene como principal problema su propia definición. Es necesario un estudio más amplio e

interdisciplinar para una definición más ajustada, aunque este no el trabajo en el que se va a proceder a su solución.

Podemos sin embargo situarnos en un terreno un espacio de intermediación, e indicar lo que Villa (1998: 2) afirma, “se constituye un zona heterogénea donde coexisten los textos de naturaleza informativa periodística con lo literario y el ensayo, siendo además el espacio de legitimación par cada uno de los géneros abordados” (Villa, 1998:2).

E.B. Taylor (1871: 56) uno de los fundadores de moderna antropología, - no carente de intención espiritual y religiosa impregnado por la Teoría de la Evolución- dio una precisa definición integradora de cultura, “cultura o civilización es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, leyes, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad”.

Su definición contrasta claramente con la división filosófica entre cultura y civilización que se fraguó entre finales del siglo XIX y principios del XX.

Por su complejidad y diversidad el termino “cultura” no puede ser definido con los pocos datos expuestos hasta ahora, más sin haber introducido las aportaciones que la semiótica y la sociología hacen del término.

La forma en la que la cultura se expresa en los medios, como por ejemplo la prensa es el texto. Se han aportado estudios importantes sobre la utilización de los textos culturales en prensa, Juri Lotman (1993:132), “la cultura en su totalidad puede ser considerada como un texto. Pero es extraordinariamente importante subrayar que es un texto complejamente ordenado, que se descompone en una jerarquía de *textos en los textos* y que forma complejas entretejedoras de textos. Puesto que la propia palabra texto encierra en su etimología el significado de entretejedor, podemos decir que mediante esa interpretación le devolvemos al concepto texto su significado original”. No existe a partir de esas definiciones sobre cultura, una extrapolación directa conceptual hacía los medios de comunicación audiovisual, en especial a la televisión.

Respecto a la relación entre cultura y comunicación, el Informe McBride¹⁰³ indica que “la interdependencia de la cultura y la comunicación es más acusada aún que la que existe entre la educación y la comunicación, en particular si se entiende por cultura todas las realizaciones del espíritu creador humano (...). La comunicación desempeña el papel de vector fundamental de la cultura (...). Los medios de comunicación (...), para millones de personas, son el medio principal de acceso a la cultura y a todas las formas de expresión creadora”.

Podemos hablar de la cultura de la cocina, cultura del deporte, cultura de la vida, de la paz, de la muerte¹⁰⁴, y un largo etcétera. Pero, estamos en disposición de relacionar la televisión y la cultura, y hablar de forma genérica de una *Cultura de la Televisión*. Sartori (1998:39), con su conocido y profundo sentido apocalíptico del medio televisivo, afirma que “el término cultura tiene una raíz antropológica, en el sentido de que todo ser humano vive en la esfera de su cultura, en un contexto coordinado de valores, creencias, conceptos y simbolizaciones que la constituyen”.

Según los análisis de Pierre Bourdieu, la cultura se divide en tres grandes esferas:

- a. *La esfera legítima*, que engloba las artes dedicadas a la labor científica o del saber y que constituyen el patrimonio cultural.
- b. *La esfera legitimable*, se refiere a un espacio intermedio que engloba elementos recientes como el cine, la fotografía, etc.
- c. *La esfera individual*, es considerada así ya que los sistemas de significación que incluyen parte de los gustos personales de cada individuo.

Si reconocemos que la televisión es el medio de difusión más importante

¹⁰³ Informe McBride. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. UNESCO. 1980.

¹⁰⁴ El Papa Juan Pablo II habló de una “*cultura de la muerte*”, en su mensaje de Navidad del año 2000 al referirse al terrorismo, al aborto y la eutanasia como amenazas para la humanidad:

del momento –en cuanto al número de personas que de forma generalizada son capaces de recibir sus mensajes simultáneamente- estaremos de acuerdo con la máxima de Baudrillard (1997:46) “*la televisión es el medio de medios*”.

Al respecto y de forma inequívocamente apasionada, Ignacio Ramonet (1998:135-137), al respecto de la televisada Guerra del Golfo, asegura que “esta hizo estallar pasiones exasperadas que daban prueba de la profundidad de un moderno desamparo, más grave que nunca. Porque el ciudadano ha perdido en poco tiempo el sentido mismo de su dimensión cultural”.

La cultura aparecía como una especie de hojaldre compuesto de cuatro capas superpuestas: cultura *cultivada*, cultura *etnológica*, cultura científica y cultura de masas. Así:

a) La cultura “*cultivada*” es la que se ha designado tradicionalmente y por definición como “*la cultura*”, es decir, la suma de los conocimientos históricos en materia de artes desde Grecia y Roma hasta nuestros días, clasificados por edades, por escuelas y por autores. Esta cultura ya no la posee nadie o casi nadie.

b) La cultura “*etnológica*”, folclórica o popular es todo el saber acumulado en el transcurso de la historia por la tradición, desde las vidas de los santos, a las fiestas populares, la vida campesina, las recetas caseras, el arte de sanar con las plantas, los oficios artesanales, etc... Esta cultura, pletórica en épocas pasadas y durante milenios en el mundo rural, ya no la poseemos una vez convertidos en urbanitas.

c) La cultura científica es la que domina nuestro tiempo, la que organiza nuestra época, la que determina los cambios fundamentales que vivimos y de la que, sin embargo, lo ignoramos casi todo. ¿Quién sabe por qué se forma una imagen en su televisor?, ¿por qué se enciende una lámpara eléctrica?, ¿cómo funciona un motor de automóvil?, ¿qué es un retrovirus? Misterios...

d) ¿Qué cultura domina? La cultura de masas, que desprecia ampliamente a éstas, que no enseña nada, y que, por definición, es

efímera, está destinada a desaparecer en el olvido... Y en el corazón de la cultura de masas: la cultura de la televisión. Espacio nodal e el que se forma el imaginario de nuestro tiempo. Tal es el triste panorama cultural, en el momento en que vivimos una gran mutación.

De los cuatro componentes de la cultura, tres escapan a la gran mayoría de los ciudadanos que, paradójicamente, nunca han estado oficialmente tan bien “cultivados”, puesto que, por término medio, han pasado más años que sus padres y todos sus antepasados en las escuelas, los institutos y las universidades.

Pero no hay que olvidar que en el espectro televisivo actual, la audiencia condicionará sobremanera los procesos culturales en el medio¹⁰⁵. Pero, ¿será la audiencia la que determine la programación cultural, o será la oferta la que condicionará la demanda?, Dificil respuesta. Son muchos los condicionamientos necesarios para resolver tal problema; culturales, sociales o simplemente económicos –camuflado bajo la tiranía del consumidor que da como consecuencia los *ratings*-.

Al respecto del medio televisivo y las audiencias relativas a programas culturales, Carmen Alborch afirma que “no aceptamos como válido el argumento habitual de que la cultura ahuyenta a la audiencia para justificar la emisión de programas culturales en este sentido amplio de horarios difíciles, como si la audiencia fuera un concepto homogéneo y en ningún caso pudiera inducirse. Yo creo que la cultura en este sentido amplio al que me refería no es sinónimos de aburrimiento ni de pérdida de audiencia. La cultura, por principio no está reñida con la audiencia y ahí están los programas culturales “*Apostrophe*” y “*Brouillon de Culture*” del periodista francés Bernard Pívor. Pero, ¿cómo podemos estar seguros de que no puede haber más programas culturales que tengan una excelente acogida por parte de los telespectadores, especialmente en un futuro en que cambiará totalmente el mapa audiovisual a escala planetaria?”

¹⁰⁵ En “*Televisión y Cultura*. RTVV”. Valencia. 1995. Pág. 15

Situarse bajo tesis apocalípticas o integradoras dependerá en gran manera de la postura política o económica que se persiga, aunque si bien éstas no son inamovibles, y como en muchos casos del ámbito autonómico valenciano se ha visto, las disputas personales de distintas familias políticas han disfrutado en RTVV de su lugar de esparcimiento, anulando así la independencia y legitimidad cultural que en tiempos pretéritos esos mismos reconocidos defensores de lo público así lo definían.

Numerosas son las posturas contrarias a la utilidad de la televisión¹⁰⁶ como instrumento capaz de difundir un tipo de servicio público, su uso pedagógico o simplemente como posibilidad cultural, aunque esto sería análisis de otro estudio.

En primer lugar los llamados Apocalípticos, que mantienen de forma resumida las posturas más influyentes al respecto –en términos de Eco-, son en primer lugar Neil Postman (1991:27), al afirmar que “la televisión no extiende ni amplifica la cultura literaria; simplemente la ataca”. Por su parte el cineasta Federico Fellini, aseguró que, en lugar de dar cultura, la televisión lo destruye todo, como una inundación, como una tempestad. Otro cineasta italiano, Pier Paolo Pasolini (1993:16) en sus *Escritos Corsarios*, califica el fenómeno de la televisión como “unificador de una cultura interclasista de consumo, y aseguraba que había hecho más daño al alma del pueblo italiano que el fascismo de Mussolini”. En clave filosófica Jürgen Habermas (1994:51), en *La transformación cultural de la esfera pública*, y en clara sintonía con Adorno, escribió en 1962 que “la emisión de programas de los nuevos medios de radio, cine y televisión, limita de manera peculiar las reacciones del receptor, cuando se comparan con los medios escritos. Producen un hechizo en el público oyente o telespectador, a la vez que le despojan de la distancia

¹⁰⁶ Aunque no es este el caso, ya que en el presente estudio no se va a profundizar en el discurso televisivo *per se*, podemos encontrar distintas miradas sobre la misma, que según Gérard Imbert son a). Una mirada semiótica que analiza la televisión como discurso, en sus diversos componentes. b) Una mirada comunicativa centrada en la estructura formal del mensaje y el contrato comunicativo con el espectador. c) Una mirada sociológica que considera la televisión como un reflejo del imaginario social. d) Una mirada antropológica que se interesa por las representaciones colectivas.

necesaria para que realice un *juicio maduro*, es decir, una oportunidad para ser capaces de responder o contradecir”.

El semiótico italiano Umberto Eco (1981:47-50) en un texto clásico ha recopilado en un peculiar *cahier de doleances* los rasgos negativos que personalidades culturales de varia tendencia atribuyen a los medios de masas:

a) Los mass media se dirigen a un público heterogéneo y se especifican según “medias de gusto”, evitando las soluciones originales.

b) Al difundir por todo el globo una “cultura” de tipo homogéneo, destruyen las características culturales propias de cada grupo étnico.

c) Los *mass media* se dirigen a un público que no tiene conciencia de si mismo como grupo social caracterizado; el público, pues, no puede manifestarse exigencias ante la cultura de masas, sino que debe sufrir sus proposiciones sin saber que las soporta.

d) Los medios tienden a secundar el gusto exigente sin promover renovaciones de la sensibilidad. Incluso cuando parecen romper con las tradiciones estilísticas, de hecho se adaptan a la difusión, ya homologable, de estilos y formas difundidas antes a nivel de la cultura superior, transferida a nivel inferior.

e) Los *mass media*, inmerso en un círculo comercial, están sometidos a la ley de la oferta y la demanda. Dan, pues, al público únicamente lo que desea o, peor aún, siguiendo las leyes de una economía fundada en el consumo y sostenida por la acción persuasiva de la publicidad, sugieren al público lo que debe desear.

f) Cuando difunden productos de cultura superior, los difunden nivelados y condensados de forma que no provoquen

ningún esfuerzo por parte del fruidor. El pensamiento es resumido en fórmulas, los productos del arte son antológicos y comunicados en pequeñas dosis.

g) En todo caso, los productos de cultura superior son propuestos en una situación de total nivelación con otros productos de entretenimiento., En un semanario de fotograbado, la información sobre un museo de arte se equipara al chisme sobre el matrimonio de la estrella cinematográfica.

h) Alientan una visión pasiva y acrítica del mundo. Nos promueven al esfuerzo personal para la posesión de una nueva expectativa.

i) Los *mass media* suministran una inmensa información sobre el presente (reducen dentro de los límites de una crónica actual sobre el presente, incluso las eventuales informaciones sobre el pasado) y con ello entorpecen toda conciencia histórica.

j) Hechos para el entretenimiento y el tiempo libre, son proyectados para captar sólo el nivel superficial de nuestra atención. Vician desde un principio nuestra postura, y por ello incluso una sinfonía, escuchada a través de un disco o de la radio, será disfrutada del modo más epidérmico, como indicación de un motivo tarareable, no como un organismo estético que penetra profundamente en nosotros por medio de una atención exclusiva y fiel.

k) Los *mass media* tienden a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad, creando *tipos* reconocibles de inmediato, y con ello reducen al mínimo la individualidad y la concreción de nuestras experiencias y de nuestras imágenes.

l) Para realizar esto, trabajan sobre opiniones comunes, sobre los *endoxa*, y funcionan como una continua

reafirmación de lo que ya pensamos. En tal sentido desarrollan siempre una acción socialmente conservadora.

m) Se desarrollan, pues, bajo el signo del más absoluto conformismo en la esfera de las costumbres, de los valores culturales, de los principios sociales y religiosos, y de las tendencias políticas. Favorecen proyecciones hacia modelos oficiales.

n) Los mass media se presentan como el instrumento educativo típico de una sociedad de fondo paternalista, superficialmente individualista y democrática, sustancialmente tendente a producir modelos humanos heterodirigidos.

Por su parte Mario Vargas Llosa¹⁰⁷, en *Dinosaurios en tiempos difíciles*, aceptando claramente las tesis de la Escuela de Francfort, y con motivo de la obtención del Premio de la Paz concedido por el gremio de editores y libreros alemanes, alertaba sobre los peligros que para la sociedad moderna tiene los medios audiovisuales, asegurando que la cultura audiovisual “puede deslizarnos hacia un mundo sin ciudadanos, de espectadores, inmundo que, aunque tenga las formas democráticas, habrá llegado a ser aquella sociedad letárgica, de hombres y mujeres resignados, que aspiran a implantar las dictaduras¹⁰⁸”.

El escritor Stephen Vizinczey, denunció en 1993 que, “si queremos ser seres humanos civilizados, debemos tirar el televisor¹⁰⁹”. El sociólogo francés Pierre Bourdieu (1997:24), afirma que “la televisión es un formidable instrumento para el mantenimiento del orden simbólico que pone en peligro la vida política y la democracia, y que los índices de audiencia son los responsables de la uniformidad de la oferta y criticaba el hecho de que se

¹⁰⁷ El País, 27 de diciembre de 1992, pág 27.

¹⁰⁸ Aunque de forma sorprendente y tal vez irónica, en El País del 4 de diciembre de 1994, en el artículo “*televisión y lectura*” indicaba que <<el gran instrumento de la democracia no es el libro, sino la televisión (...). La pequeña pantalla ha conseguido realizar aquella desmedida ambición que ardió siempre en el corazón de la literatura y que ésta nunca alcanzó: llegar a todo el mundo, hacer comulgar a la sociedad entera con sus *creaciones*>>.

¹⁰⁹ Discurso del mismo autor durante los debates sobre “*cultura i comunicació de mases*”, organizados por la Generalitat de Catalunya en marzo de 1993.

hubieran convertido en una instancia de legitimidad social y cultural”.

La escritora Alejandra Vallejo-Nágera (1987:34), ve al medio como el enemigo número uno de la lectura, a pesar de que “las estadísticas sobre índices de lectura en España no han registrado variaciones destacables desde la aparición de las nuevas cadenas de televisión y mientras es más cierto que el número de ediciones de libros y publicaciones periódicas ha elevado sus cifras de producción y ventas desde entonces” (Rodríguez. F, 2003:34).

Mario Benedetti¹¹⁰, indica que, “culpar a la televisión de la crisis del libro es sólo una excusa fácil que intenta ocultar la verdadera raíz del problema, que es el analfabetismo y el neoanalfabetismo. Según el escritor uruguayo, la crisis del libro es la crisis del concepto prioritariamente mercantil del libro, de la literatura que se escribe para vender”. Por su parte Luis Goytisolo, en 1995 afirmó que “antes de interpretar la realidad circundante, la sustituye, se constituye en realidad, por lo que la nueva privacidad que se establece entre el espectador y las imágenes que consume es desde un punto de vista narrativo, un tiempo temáticamente muerto, puesto que se aplica, no a la realidad, sino a una representación”. El convulso escritor italiano Giovanni Sartori (1998:47), de forma explícita escribió que “la cultura audiovisual es inculta y, por tanto, no es cultura”. En resumen, una serie de intelectuales apocalípticos¹¹¹ ven en la televisión la razón de todos los males.

Según Wolton (1995:22) se pueden establecer cuatro tipos de intelectuales en su relación con la televisión, “los intelectuales de los medios quienes deciden utilizarlos de manera racional y sistemática, reconociendo o no esta actitud, los Intelectuales estrategas que sin dejar de criticar al medio televisivo y simulando no interesarse en absoluto por ella, desean de todos modos encontrar allí su lugar para ampliar su zona de influencia, los Intelectuales aprovechados quienes recurren a la televisión cuando la necesitan, y por último los Intelectuales anónimos que permanecen a cierta

¹¹⁰ En “*La edición cultural en nuestros días*”, durante el curso de verano de la Universidad Complutense de Madrid, El Escorial, julio de 1994.

¹¹¹ Apocalípticos en el más puro razonamiento de Eco. Al respecto, ECO, U. (1981), *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.

distancia de la televisión, ya sea porque sus trabajos no los sitúan en el primer plano de la escena y nadie los llama o no se atreven, ya sea porque no están en este espacio de comunicación y de legitimidad”.

Wolton critica la sistemática aparición de los mismos intelectuales en todos los programas y en todas las cadenas de televisión para hablar de los más diversos temas, mientras los profesionales de los medios repiten la necesidad de ampliar el círculo de interlocutores. A esta gama de intelectuales puede añadirse la de los intelectuales mediáticos, “muchos de ellos periodistas de formación universitaria como una nueva forma de creación y difusión del pensamiento, y un cambio importante en las relaciones entre los intelectuales y los medios” (Rodríguez, F, 2003:47).

Joan Ferrés (1996: 13) asegura que “las actitudes que se suelen adoptar ante el fenómeno social de la televisión oscilan entre el catastrofismo apocalíptico de los que la consideran causante de todos los males individuales y sociales, y la ingenua aceptación de los que la consideran un hito histórico en la democratización y la socialización de la cultura, o simplemente una diversión gratuita e ideológicamente neutra. Tanto los unos como los otros suelen poner de manifiesto en sus discursos una buena dosis de parcialidad y de miopía. En ambos casos se cae en actitudes reduccionistas, que impiden un análisis del medio en su complejidad y ambivalencia”. Pero el tema tiene interés también por cuanto los efectos inadvertidos de la televisión podrían considerarse como la inversión del efecto placebo. Ferrés (1996:15/21) indica que “en el efecto placebo una sustancia inocua pero que aparentemente no lo es produce un efecto real por la falsa conciencia de su no inocuidad. En la experiencia televisiva un producto aparentemente inocuo produce un efecto real precisamente por la falta de conciencia de su no inocuidad. El efecto placebo produce sus efectos terapéuticos gracias a las expectativas de la persona. La experiencia televisiva produce sus efectos socializadores precisamente por la falta de expectativas. Si en el efecto placebo el paciente abre las puertas de su psiquismo por la fe que tiene en el poder del tratamiento, en la experiencia televisiva el espectador deja abiertas las suyas por ingenuidad y desconocimiento del poder socializador del medio. En definitiva, indica el autor, y aunque actúa en sentido inverso, el placebo y la experiencia televisiva tienen

en común el hecho de que producen la mayor parte de sus efectos desde las emociones y desde la burla de la conciencia y la racionalidad”

Por otra parte, frente a las posturas maximalistas de los nuevos apocalípticos e integrados, una tercera generación ha comenzado a considerar las culturas audiovisual y escrita como dos medios no sólo compatibles y complementarios, sino también deseables desde el punto de vista social, se trata de la Hibridación Cultural¹¹². Se trata ahora de superar el antagonismo competitivo y clientelista surgido de enfrentar a la cultura de la palabra con la cultura de la imagen, “de entender que el problema no es la televisión en sí, sino lo que hacemos con ella y de que, por lo tanto, la solución debe pasar por profundizar en la cultura de la imagen” (Rodríguez. F, 2003:43).

El escritor mejicano Carlos Fuentes, se sitúa en esta posición central y equilibrada al señalar al respecto del poder cultural de la televisión que “aunque haya aumentado gigantescamente los espectadores de audiovisual en el mundo, la disminución de lectores de libros no es consecuencia fatal ni absoluta de este hecho” (Fuentes.C, 2002:30). De la misma forma, y bajo la misma tesis Rafael Argullol¹¹³, en 1995 expresó que “la cultura que pudiéramos reivindicar para nuestro presente debería actuar en dirección contraria, absorbiendo la fuerza evocadora y creadora tanto de la imagen como de la palabra”. También el profesor Iván Tubau, en 1982, adelantó, “es difícil distinguir dónde deja de difundirse cultura y cuándo empieza a hacerse cultura (...). El periodismo es cultura: no sólo la transmite, también la crea y la produce. Los medios de comunicación de masas son incluso la cultura más característica y definitoria de nuestro tiempo. Pero es una cultura que no tiene como objeto primario e inmediato la formación de la persona, sino que esto lo alcanza de modo subsidiario, pues su fin intrínseco es dar información y transmitirla” (Tubau, 1982:39). El experto en comunicación J.Martín-Barbero, afirma que “oponer la televisión a la lectura es una antonimia intelectualista. Según el autor, si ello es así lo es tanto por lo que hace la televisión como por

¹¹² Para el desarrollo de este término ver, Schlesinger y Morris 1997 y García Candini, (1995). Como *hibridación cultural*, estos autores definen los estados intermedios que produce la cultura situada de forma equidistante y como consecuencia entre la alta cultura y la cultura popular.

¹¹³ ARGULLOL, R, según artículo “*La tiranía de la actualidad*” en El País, 9 de julio de 1995.

lo que pasa en unas escuelas en las que se sigue pensando la vida cotidiana de los niños y los jóvenes como si la televisión no existiera y no estuviera conformando –nos guste o no- otra cultura”. Por último, Umberto Eco¹¹⁴, situándose menos apocalíptico, en un artículo decía, “tengo la impresión de que la información a través de la imagen bloquea la necesidad de información a través de la escritura sólo en sujetos de alto riesgo. En la mayoría de los sujetos normales provoca, en cambio, curiosidad hacia la cosa impresa (...). Hablar de una guerra entre lo visual y lo escrito me parece totalmente superado (...) es preciso, por el contrario, analizar la sinergia entre ambos”.

Tras la negativa y apocalíptica visión de la cultura surge su alternativa de hibridación, pero a su vez existe una visión más flexible y adecuada a las posibilidades que la televisión ofrece; se trata de los integrados.

Teóricamente al menos, son posibles varias líneas de defensa de la massmediación (Rodríguez, 2001:192):

1. O bien se invierten de hecho sus efectos –tal y como los entiende mayoritariamente el campo intelectual- y se los tiene por beneficios en líneas generales, es un esfuerzo que, por reacción, tiende en general a magnificarlos no menos que la más acerba crítica.

2. O bien se deja en suspenso el juicio sobre el mal (en los emisores, en los medios) y se revisa todo el proceso desde el polo del receptor, término donde alcanza verdadero cumplimiento el hecho comunicativo, identificándose en el usuario astucias de reaprobación y de manipulación de los mensajes que le inmunizan contra su voluntad hegemónica, de manera que la estrechez y la frialdad metodológica del mero concepto de *medios* se pone al descubierto.

El periodista Juan Luis Cebrián (1987:22) cita que “un periódico, una radio, una televisión, son ellos mismos un hecho cultural, forman parte de la definición de la cultura, incluso tal y como ésta es aceptada por el entorno que conocemos (...) los medios de comunicación están alumbrando tal cantidad de nuevas y diferentes conductas individuales y sociales, que hoy es

¹¹⁴ El País, 9 de noviembre de 1991, pág, 21

imposible hablar de cultura alguna sin referirse a ellos”.

José Luis López de Ayala¹¹⁵, defendió que “la televisión es un instrumento capaz de culturizar a la sociedad si se orienta hacia una cultura de valores humanísticos”. El director de Cultura del Instituto Cervantes, Carlos Alberdi¹¹⁶, escribe “la televisión es el máximo instrumento civilizatorio del momento, el mayor instrumento para la paz del mundo y un buen instrumento para la investigación”. El escritor gallego Manuel Rivas, en 1999 escribió, “hay que cuestionar muchos de los conceptos que se manejan alrededor del mundo de la televisión, como el de su público. La gente que la ve, pese a lo que se suele decir, no es la más tonta, sino que es gente buena, gente sabia. Los que producen barbaridades son los que no ven los programas (...), no creo que la televisión esté genéticamente impedida para pensar y compartir interrogantes y dudas sobre nuestra existencia”. Desde la perspectiva de la filosofía también es posible abordar una aceptación lógica de las posibilidades culturales actuales. Gustavo Bueno (1996:32), asegura que “la televisión es un instrumento de experiencia de la filosofía mundana”. George, Steiner (1997:19), afirma que “nuestra civilización de hoy, en puntos decisivos, es una civilización después de la palabra”. Anthony Burgess¹¹⁷, aseguró que “la televisión tiene que existir –es el fin indiscutible de un sueño cuyo significado nadie vio claramente-pero no tiene que esclavizarnos”. Joan Ferrés (1996:41) en términos esperanzadores escribe, “la televisión será instrumento e alienación sólo cuando las emociones y sensaciones impidan a la persona encontrarse a sí misma en la reflexión y en conciencia crítica. Pero la televisión puede ser instrumento liberador. Lo será cuando sea una experiencia integradora, cuando unifique contrarios, cuando resuelva el dualismo radical que es la persona. Cuando favorezca que interactúen de manera lúcida la racionalidad y la emotividad, los mensajes del medio y los mensajes al medio. Será una experiencia liberadora cuando aúne materia y espíritu, conciencia e inconsciente, concepto y sentimiento. Cuando la vivencia emotiva no impida el ejercicio de la racionalidad, ni viceversa.

¹¹⁵ Discurso celebrado en los cursos de verano de la Universidad Complutense de Madrid, (“*Cultura humana, cultura y cultura televisiva*”), por el Rector de la Universidad San Pablo-CEU en agosto de 2001.

¹¹⁶ En Diario 16 “*Elogio de la televisión*”, 25 de octubre de 1993, pág, 33.

¹¹⁷ En el artículo “*La caja*”, El País, 21 de noviembre de 1991, pág, 38.

Cuando el acceso a lo más profundo del inconsciente no impida el despertar de la conciencia, ni viceversa. Lo será cuando los mensajes del medio y los mensajes al medio sean vividos desde la emotividad y desde la racionalidad a un tiempo, cuando sean vividos de manera lúcida, consciente e integradora”.

Tras esta amplia exposición de distintas opiniones procedentes de destacados intelectuales de la comunicación, hay que aceptar la relación entre la cultura y esos intelectuales, quienes a su vez no se ven incluidos en la programación más exitosa¹¹⁸.

Rodríguez Ferrándiz (2001:190) incluido en su apartado de Optimismos Neotelevisivos escribe de la postura integradora, “¿es tan inconcebible que una producción artística de calidad alcance el reconocimiento mayoritario, que se conjugue el éxito comercial masivo y los valores culturales y estéticos elevados? ¿No es acaso el propio crítico quien, afectado por un irreprimible tic *esnob*, frustra constantemente esta gozosa eventualidad, al sospechar una y otra vez del éxito y en consecuencia descalificar el producto que lo encarna?”.

Se darían así varias paradojas un tanto grotescas: por un lado el apocalíptico es la causa última de la situación que dice aborrecer, al desterrar de su Olimpo la creación que alcanza un reconocimiento masivo por el hecho mismo de ser masivo; por otro las masas incultas y envilecidas por lo *fácil* y lo *ramplón* de la experiencia estética son las que determinan, *a contrario*, los gustos de las minorías selectas, pues éstas huirían como de la peste de las obras aplaudidas por los más y refugiarán su distinción en aquellas minoritarias aunque sean esotéricas o abstrusas¹¹⁹.

Pero, a todo esto, ¿no es cierto que el juicio de gusto va dejando de ser patrimonio del mandatario cultural, para abrirse a otras instancias, sin caer por

¹¹⁸ Ya desde los primeros años del cine, el nuevo arte marginó a los intelectuales que creaban sus guiones. La Warner Bros tenía un lugar destinado a los guionistas (el Writers Building), cuyo acceso estaba controlado por el mismo Jack L. Warner. Este hecho se justificaba por la escasa confianza que la industria norteamericana del cine tenía en los intelectuales, ya que en las películas no interesaba el arte ni el pensamiento, sino la eficacia comercial. Según asegura Rodríguez Pastoriza, Pág. 50.

¹¹⁹ Esta es una de las observaciones que Pierre Bourdieu indica en *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* (1988). Madrid, Taurus, en su capítulo *Elementos para una crítica vulgar de las críticas puras*, págs. 459-512.

ello en la anomia absoluta?, ¿no es cierto que en la actualidad decae, incluso para las minorías selectas, la noción romántica del artista solo e incomprensible, mientras cae sin cesar la apertura del arte y la cultura a esferas hasta hace poco ajenas, como, por ejemplo, el arte premoderno, el arte ingenuo o popular y, también, el mercado internacional del arte, las industrias culturales? ¿Es que no cabe otra alternativa al mecenazgo que el mercenariado?

Según Rodríguez Pastoriza (2001:41), dos han sido los enemigos principales de la cultura en la programación televisiva “la rentabilidad comercial, y las dificultades técnicas, las formulas para llevar a la pequeña pantalla la sofisticación de las artes y las letras”.

Como resumen podemos citar a Bourdieu (1997:70), cuando afirma que “otra consecuencia, más difícil de advertir, del crecimiento del peso relativo de la televisión en el espacio de los medios de comunicación, y del peso de los constreñidos comerciales sobre esa televisión que se ha vuelto dominante, es el paso de una política de acción cultural a través de la televisión a una especie de demagogia de lo espontáneo (que se manifiesta de modo especial, por supuesto, en la televisión, pero que va alcanzando también a los periódicos llamados serios: éstos otorgan un espacio cada vez mayor a esa especie de cartas al director que son las tribunas libres, los espacios de libre opinión). La televisión de los años cincuenta pretendía ser cultural y utilizaba en cierto modo su monopolio para imponer a todos unos productos con pretensiones culturales (documentales, adaptaciones de obras clásicas, debates culturales, etcétera) y formar así los gustos del gran público; la televisión de los años noventa se propone explotar y halagar esos gustos para alcanzar la audiencia más amplia posible ofreciendo a los telespectadores productos sin refinar cuyo paradigma es el talk-show, retazos de vida, exhibiciones sin tapujos de experiencias vividas, a menudo extremas e ideales para satisfacer una necesidad de *voyeurismo* y de exhibicionismo (como, por lo demás, los concursos televisivos, en los que la gente se desvive por particular, incluso a título de mero espectador, con tal de conseguir por un instante que la vean). Con todo, no comparto la nostalgia de algunos por la televisión pedagógica y paternalista del pasado, pues opino que es tan contraria como el recurso a la espontaneidad populista y la sumisión demagógica a los gustos populares a una utilización

realmente democrática de los medios de comunicación de masas”.

Respecto a cuál serían los matices que distinguen el debate original del que vivimos hoy día desde los discursos de los años 70 y 80, panorama descrito por Eco, (Rodríguez. R, 2001:51-55) afirma que “mucho de los críticos (apocalípticos, claro) de Eco en el momento de aparición de su libro le acusaron de consagrar a Elvis Presley, a Rita Pavone y a Superman como objetos dignos de consideración filosófica, semiológica y estética en pie de igualdad con Platón, Kant o Proust. En nuestros tiempos de relativismo cultural posmoderno ya pocos se atreverían a formular de forma tan tajante el abismo entre la alta y la baja cultura, ya nadie las consideraría sumandos imposibles, por se cualitativamente distintos. Categorías consagradas como *highbrow*, *middlebrow* y *lowbrow* (Matthew Arnold), *vanguardia* y *kitsch* (Greenberg), *masscult* y *midcult* (MacDonald), el mismo concepto de canon como patrón inmarcesible, como consenso de *connoisseurs* sobre el buen gusto, caen estrepitosamente. O mejor, son omitidos del discurso intelectual, autocensurado a este respecto en aras de la corrección política. Por otro lado, ya nadie osaría argumentar que la cultura de masas ha arruinado la genuina cultura popular, el folclor autóctono, producido desde abajo”. Los medios de masas, con la televisión en posición prominente, pero también la prensa y el cine, han incorporado en sus productos precisamente esa sensibilidad hacia las expresiones culturales de la periferia premediática, contramediática o extramediática, y al dar testimonio de ellas se han convertido en paladines de su recuperación con un ímpetu casi ecológico y conservacionista.

Si la producción cultural se ha liberado de los prejuicios aristocráticos del crítico, todavía lo ha hecho más la recepción, halagada en su soberanía, en su competencia, y descritas minuciosamente las astucias tácticas que emplea para recrear a su sabor los mensajes de la industria cultural. Según las estéticas de la recepción surgidas durante estas últimas décadas, sobre todo en los estudios literarios (a las que Eco también contribuyó en buena medida desde *Obra abierta* hasta *Lector in fábula*, para echar el freno en *Los límites de la interpretación*) así como el auge de los estudios culturales y del

multiculturalismo¹²⁰, tampoco las opciones de los respetables públicos parecen ser más objeto de sanción desde esencialismos críticos y juicios expertos sobre el buen gusto, sino aceptables en su pluralidad inagotable, sobre todo si dan cuenta de un cierto consenso de grupo, de comunidad intérprete. Ya no es posible entender el debate sobre los medios como un combate singular entre el elitismo del crítico, que deplora el gusto medio y reclama mayor elevación cultural, y el cinismo del magnate de la industria del entretenimiento, que se defiende arguyendo que <<da al público lo que el público pide>>, lo cual suponía que ambas partes coincidieran al menos en algo: la despreciable bazofia sobre la que discutían, cuyo éxito sólo podía indicar la degradación estética y acaso moral del público. Éste no puede ser ya tratado de modo tan ofensivo y discriminatorio, sino incorporado a la discusión como instancia activa, sujeto de derechos: de opinión, de réplica, de veto. No hablar ya del público en tercera persona, bien sea *de él* o bien sea *en su nombre*, sino darle la palabra al objeto de que articule una verdadera demanda (y no una mera reacción a la oferta).

No siendo ya más Cultura el paraíso perdido declarado de la crítica cultural (que reprime su nostalgia o la convierte en vicio solitario), y menos todavía de los programadores de la industria cultural¹²¹, los esfuerzos parecen enderezados, tanto por unos como por otros, a otra parte. La piedra de toque ahora se ha desplazado sensiblemente hacia la información y a sus garantías de objetividad. Pero no se trata ahora tanto de desvelar la ideología –otra

¹²⁰ El término *multiculturalismo* se aplica tanto a la realidad como a la ideología, y en ambos casos de modo bastante falto de precisión. Se suele decir que hoy en día las sociedades son cada vez más multiculturales. (...) Como ideología, el multiculturalismo es también muy impreciso. Intento sintetizarlo en tres rasgos. 1.- Las personas pertenecen a sus culturas, sin las cuales no tienen auténtica identidad, y por ello se da mayor valor a la diversidad cultural, más que a la libertad de las personas; hay incluso quien asimila la diversidad cultural a la biológica y propone proteger lo mismo a los animales que albergan la primera que a los indígenas que conservan la segunda. 2. Relativismo cultural: todas las culturas tienen igual valor, tanto en el plano cognitivo como en el moral y el estético. 3. Las unidades de la sociedad política no son los individuos, sino las culturas; las sociedades políticas deberían constituirse por la integración de culturas, entendiéndose por integración un estado que supera las tendencias contrarias a la asimilación y a la segregación de las comunidades culturales. (...) El relativismo cultural niega el fin primero de la educación, que no es la buena conducta sino el pensamiento libre. Y, sobre todo, la perpetuación política del nosotros y del ellos, la innecesaria construcción de comunidades, es una aventura más bien irresponsable a la luz de la experiencia de los países originalmente multiculturales. Julio Carabaña. *“Liberalismo versus multiculturalismo”*. En *El País*, Opinión. Domingo 11 de mayo de 2004. Pág. 15. .

¹²¹ Hay que tener en cuenta que la industria cultural y mediática también empieza a ser importante en la economía mundial: el 11% del PIB mundial se genera a través de estas actividades empresariales. En *“La pérdida de credibilidad de los medios”*. Revista *Dosdoce*, 3 de noviembre de 2004.

noción en entredicho- en lo tenido por neutro, el artificio del sentido inoculado en la presunta naturalidad de la imagen informativa (las célebres mitologías barthesianas), sino en encomiar o denigrar la tecnología que sostiene las prácticas comunicativas, y que parece girar en torno a ideas como interactividad, autoprogramación, tiempo real, desregulación, inmediatez, globalización, informalidad. Es abrumadora la presencia de reflexiones sobre las nuevas tecnologías comunicativas, que despiertan los sin cuento en unos y sombrías previsiones en otros, mientras la cuestión de la definición, los contenidos y los usos nuevos de la cultura de masas posibilitada por las nuevas herramientas muestra un estado de extrema postración. Una tecnología, pues, desideologizada –a diferencia de la *racionalidad instrumental* frankfurtiana – que es contemplada por sus efectos sobre algo que subtiende toda ideología posible: sobre la percepción y la experiencia del mundo, para otros dinamizadas y enriquecidas, más afiladas y perspicaces. *Comunicar* se ha vuelto para todos un verbo intransitivo, como el comulgar con el que comparte *etimología*. Y así unos hablan de panópticos, de teleadictos¹²², de interactividad coactiva compulsiva, y los otros les responden con canales y frecuencias, tiempos real, antenas parabólicas y satélites.

Desplazada la cultura por la información, la ideología por la tecnología, los contenidos por los continentes, por los soportes, incluso los formatos, sólo nos resta el último movimiento: de la *reproductibilidad* aneja a la industria cultural, a la *espectacularidad* de la comunicación masiva. Los nuevos apocalípticos no hacen ya causa de la producción y difusión masiva como intrínseco veneno, de la asimetría entre los dueños de los medios de comunicación y la masa de receptores, del sesgo inevitable de una información en manos de las elites, de la cultura *pequeño burguesa* que se nos dispensa, consolatoria y no nutritiva, aforística o entimémica y no silogística, mítica y no racional¹²³. Ahora el debate se desplaza a la información como espectáculo,

¹²² Según Joaquín María Puyal, en una conferencia de la Universidad de Lleida, aboga por un espectador activo y crítico, que cuestione el qué y el cómo, combata la adicción hipnotizante y se resista a la opacidad de los poderes, “Un espectador adicto ha perdido la capacidad de tomar decisiones (sus líneas de comportamiento están ya prescritas), y debido a la inercia y a la dócil aceptación de automatismos colectivos, ha acabado confundiendo lo que es corriente (hecho generalizado) con lo que debería ser normal (hecho lógico). El País, 9 de mayo de 2004.

¹²³ Parejas opositivas rastreables, como es notorio, en los trabajos de Eco y Barthes de los

aliada y confundida con él, que para unos es despreciable (pues somete el interés noticiable al sensacionalismo, a la extravagancia, a la pose, a la variedad frívola, al mercado publicitario) y para otros beneficiosa y casi imprescindible (pues relativiza los maximalismos de la Guerra Fría, ojea y renueva las conciencias, permite estar al día sin sentir que se sacrifica con ello el tiempo libre: no hay comunicación sin espectáculo).

En este punto es necesario exponer la significación del término *Industria Cultural empleado con anterioridad*. La expresión *Industria Cultural* pretende excluir y negar la posibilidad de interpretar la cultura de masas moderna como un tipo de cultura surgida espontáneamente de las masas. La Cultura de Masas no surge de estas, sino de las esferas de racionalidad técnica y del negocio. No se desarrolla como una nueva cultura popular de la era moderna, sino como una industrialización de lo que es cultura y de lo que es estética, sin precedentes en la historia.

Por lo que parece, la cultura de masas ya no es lo que era. No sólo eso: corre el peligro de ya no ser más. Se oponía cultura de masas a Cultura *tout court*, siendo aquella una versión industrial y rebajada de ésta.

La televisión era un instrumento de la cultura de masas, para bien o para mal, y ese axioma no era discutido. Ahora bien, la explosión multicultural¹²⁴ que vivimos y la fragilidad de los cánones hacen imposible sostener por más tiempo los criterios relevantes de esa distinción. Y en cuanto a la masa, ¿es posible seguir invocándola cuando la masa, tenida por homogénea a fuerza de moldearla con mensajes en sustancia idénticos para todos los individuos, se ha fragmentado en audiencias y en públicos crecientemente diversificados, halagados en su libertad de optar por catálogos y archivos impresos, audiovisuales, informativos, cada vez más amplios?

años 60 y 70. Cfr. Umberto Eco, (1989), *La estructura ausente*, Barcelona, Lumen, pág. 171-179 y 252-275. Roland Barthes, (1980), *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI. Págs. 199-257.

¹²⁴ Respecto al multiculturalismo, Armand Mattelart y Érik Neveu, aseguran que la creciente heterogeneidad de los modelos culturales que estimula el desarrollo de la movilidad espacial y de las comunidades inmigradas y su copresencia en el espacio urbano han contribuido al éxito de la correosa noción de *multiculturalismo*. En *Introducción a los estudios culturales* (2003). Barcelona. Paidós. Comunicación 153. Pág.155.

En cualquier caso, creemos estar en condiciones de afirmar lo siguiente: si la posmodernidad parecía haber enfriado definitivamente los maximalismos ideológicos y críticos que sustentaron las posturas apocalípticas e integradas en torno a la cultura de masas durante los 50 y 60, el debate renace sin embargo en los 90, asumiendo ahora un carácter distinto. Menos hacer causa de valores absolutos y absolutamente deseables (sea la *alta cultura aristocrática* o la *cultura popular*, o la *proletaria*) y más suscribir un cansancio del milenio que fluctúa entre la obsesión del dato y la hipérbole irracional, entre el desapego escéptico y la movilidad impulsiva. El panorama contiene múltiples escenarios de la destrucción o de la santificación, pero son contemplados con cierto distanciamiento, como con sorna. Ése es el aire que adopta el Apocalypse Show, vagamente consensual y seductor hasta para los partidarios de la integración, que parecen también esperar algo, aunque no saben bien qué.

El mismo Rodríguez Ferrándiz (2001: 37), indica que “las loas de la intelectualidad integrada, que colman de bendiciones a los medios: a) bien *democráticas*, en tanto viento constantemente renovador del ambiente, que en su día barrió la costra opresora de las instituciones del Antiguo Régimen, y ahora oxigena las conciencias permitiendo el ejercicio efectivo de las libertades individuales. b) bien *estéticas*, en tanto instrumentos de una renovación de la sensibilidad ya no separadamente artística, sino cultural y socialmente relevante, proclive ahora al desarraigo, a la oscilación, al desfondamiento, al *shock*, problemáticos pero emancipadores. c) bien *rituales*, ceremoniales, a partir de los *media events*, hitos en la historia de la comunicación y en la comunicación de la historia, que reúnen a la comunidad, incluso a la Humanidad entera, en una *ecúmene* al tiempo tecnológica y cordial”.

La autodefensa corporativa que invoca, por un lado, la Epifanía Audiovisual, la transparencia y la objetividad de la tecnología de la alta definición y del tiempo real al servicio de la elocuencia autónoma de los hechos, y por otro, el papel activo y participante del nuevo receptor; que, como

cualquier otro consumidor, toma decisiones en libertad entre una variada carta de productos audiovisuales, es consultado permanentemente y formula genuinas demandas a los productores, moldeando así la oferta y no sometién dose a sus dictados. Hemos puesto objeciones a cada una.

La vía de integración más poderosa, que subsume hasta cierto punto a las dos anteriores. Este debería separar a los críticos de las otras dos categorías o, de otra manera, poner en el mismo bando a los productores y a los receptores masivos, aliados que comparten los mismos códigos culturales, frente al elitismo y la aristocracia del gusto de los críticos. El argumento más poderoso de la integración orgánica debería ser, precisamente, la connivencia natural entre emisores y receptores masivos, la satisfacción mutua de esa relación comunicativa. Es decir, extraer, desde dentro de la maquinaria mediática, todos los réditos posibles a esa bondad esencial que han descrito Lipovetsky, Vatimo y Dayan y Katz en términos filosóficos, sociopolíticos y estéticos.

Por último, y como señala Enrique Bustamante (2002:236) el olvido del papel cultural y democrático de la televisión, se desarrolla ya que “la articulación de las funciones primordiales de la televisión con su insoslayable vertiente económica hubiera requerido un equilibrio entre modelos y ámbitos, público-privado, nacional-regional-local, que alimentara la variedad y calidad de ofertas programáticas, junto con estímulos fiscales y financieros a la producción nacional, especialmente de las PYMES y desde las regiones”.¹²⁵

Pero estos objetivos han estado notoriamente ausentes de las políticas de comunicación de todos los Gobiernos. En definitiva, el balance de los errores y fracasos de las políticas televisivas en España es tan notorio en las últimas décadas, con Gobiernos centristas, socialistas y del PP, que resulta urgente la definición de una nueva política, cuyos ejes deberían ser la refundación del servicio público en las televisiones estatales y la articulación y coordinación de recursos entre televisiones públicas centrales y regionales, con vistas incluso a una fusión en el horizonte que, si bien resulta difícil por vicios

¹²⁵ La ley de acompañamiento del Presupuesto han mantenido precariamente en los últimos ejercicios un 20% de desgravación fiscal a la inversión en producción audiovisual.

estructurales ya enquistados, no puede dejar de predicar como vía de racionalidad del servicio público para el futuro.

Respecto a la posibilidad de refundación de la televisión como servicio público, James Curran (1998:408) indica que “el relativismo cultural también está siendo desafiado por un retorno de preocupaciones más politizadas en todo el campo de los estudios de comunicación, provocado en parte por las opciones políticas puestas de relieve por la Nueva Derecha. Esto podría ser simplemente un fenómeno local británico. Pero la posibilidad de que las retransmisiones de radio y televisión puedan quedar remodeladas según las líneas del libre mercado de la prensa capitalista británica ha dado lugar a nuevas ideas sobre como afectaría esto a las relaciones de poder y de conflicto en la sociedad”. El resultado ha sido una precipitada revalorización del servicio público de radio y televisión, en la que las viejas percepciones de la televisión británica como un agente de orden dominante actualmente están siendo revisadas y matizadas por parte de los investigadores radicales. Un cambio de evaluación similar ha tenido lugar en los estudios que tratan sobre el Estado del Bienestar británico, quizás debido en parte a la misma razón. Tanto el Estado del bienestar como la radiotelevisión pública han sido objeto de los ataques de la Nueva Derecha, estimulando la búsqueda de puntos en común por parte de los investigadores radicales y liberales.

La experiencia pasada lleva asimismo a pesar en la eliminación del carácter de servicio público en gestión indirecta, que sólo ha servido para incrementar la confusión y la deslegitimación de ese concepto. Lo cual no estaría reñido con el cumplimiento riguroso por todo el sector (con mayores exigencias a la televisión estatal) de condiciones de interés público como las definidas por la Directiva europea y, en cambio, encaja perfectamente con el principio del cobro a las concesionarias televisivas de un canon público por el uso de la red, como el establecido en el año 2000 tras el escándalo de las licencias UMTS.¹²⁶

¹²⁶ Las cadenas de televisión, al contrario que las de radio, no tenían establecido el pago de tasa por el uso del espacio radioeléctrico. Tras el escándalo y la polémica sobre las licencias UMTS en el año 2000, el Gobierno fijó un pago de 160.000 MP para el conjunto de concesionarios de telecomunicaciones, de los cuales 1.790 MP o 10.76 ME corresponden a las televisiones públicas y privadas según su uso del espectro.

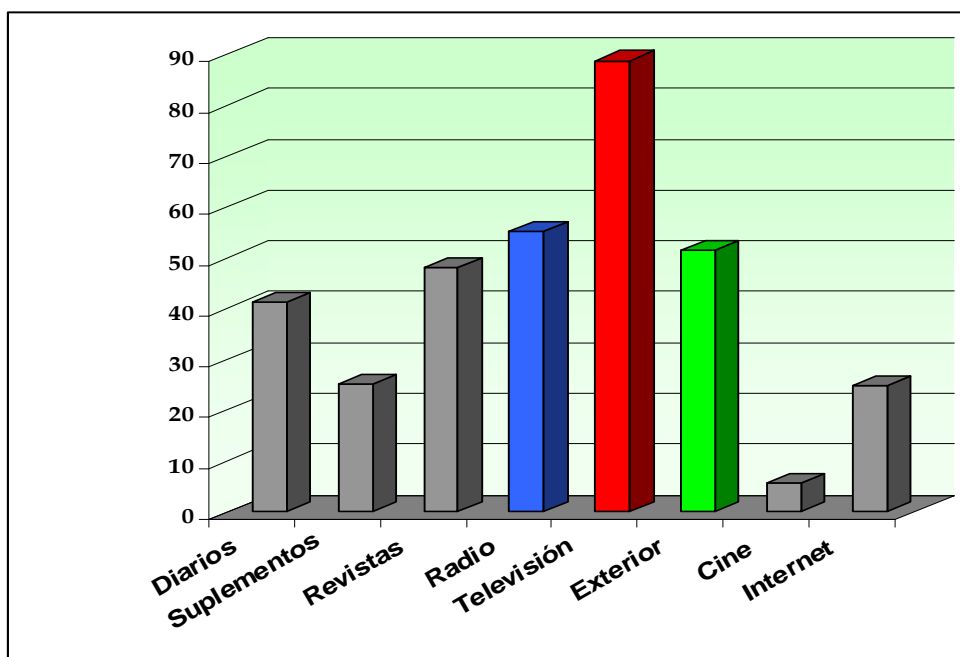
Por otra parte ese cambio legal no permitiría pensar medidas de estímulo a la producción audiovisual independiente también a través de las cadenas privadas ni fijar tasas de IVA acordes con su carácter de instrumento cultura.¹²⁷

¹²⁷ Las televisiones de pago sufrieron en 1997 un incremento del IVA del 6 al 17%, contra el que la UTECA -Unión de Televisiones Comerciales Asociadas- se ha pronunciado repetidamente.

3.1.1. El proceso sociocultural y educativo de la televisión en la difusión del arte y el patrimonio.

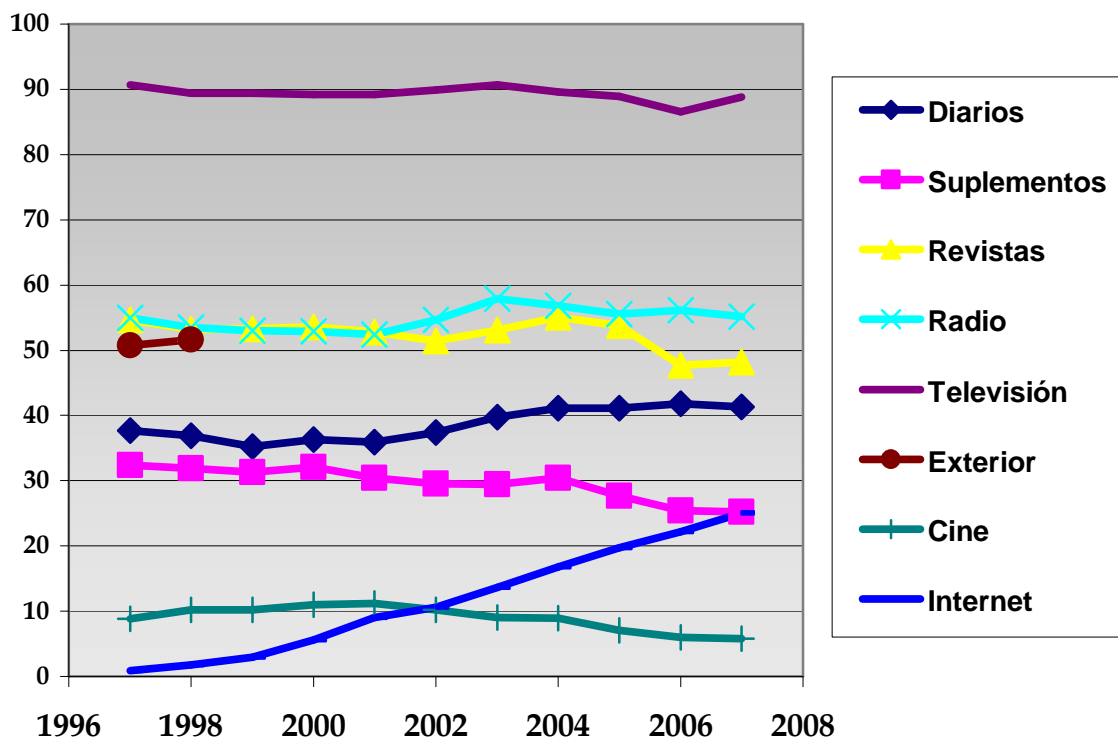
El ente televisivo sigue siendo el paradigma de la comunicación de masas. Por ello, es necesario conocer los mecanismos y oportunidades que nos ofrecen sus emisiones para la difusión del patrimonio cultural y artístico. Partiendo de los presupuestos básicos que toda televisión pública adquiere por el hecho de serlo, el usuario debe situarse como un espectador crítico, teniendo en cuenta la labor pedagógica de la televisión, y defendiendo su capacidad como difusora de un patrimonio protegido por la legislación vigente. El consenso entre la oferta y la demanda, debe partir de un periodismo especializado, en un nuevo contexto televisivo donde los espacios temáticos – los documentos audiovisuales- se nos ofrecen dentro de un gran canal mosaico.

La penetración de la televisión en los hogares sigue siendo mayor con respecto a otros medios. Según el Estudio General de Medios del 2007 (de octubre de 2006 a mayo de 2007), el porcentaje (%) de espectadores/día en los distintos medios es el siguiente:



AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

Respecto a los datos de penetración del sistema televisivo en la última década, y su comparación con otros medios, podemos establecer la siguiente tabla:



Evolución (penetración %.)AIMC/EGM. Elaboración propia

La idea de que la televisión es un instrumento de gran poder en nuestra vida cotidiana es compartida por diferentes esferas de la vida social. Inmersa en los múltiples discursos de nuestra cotidianidad, (Silverstone, 1994:56), indica que “la televisión ha de ser pensada en el ámbito de las interrelaciones socioculturales de la acción humana”. Ver televisión constituye, hoy, “una acción donde aparecen legitimados todos los gustos y, por eso, no hemos de hablar de cultura de la televisión sino de culturas de la televisión” (Callejo, 1995:61).

Las horas de consumo de televisión sigue en aumento, aunque como veremos más adelante es necesario establecer una relación directa con los medios emergentes. La evolución del consumo anual de televisión entre los años 1989 y 2005 es la siguiente:

Año	Horas consumo. Año/individuo	Variación (1989=100)
1989	1058	100
1990	1119	105,8
1991	1138	107,5
1992	1180	111,6
1993	1241	117,3
1994	1277	120,7
1995	1284	121,3
1996	1302	123,1
1997	1271	120,1
1998	1277	120,7
1999	1296	122,5
2000	1277	120,7
2001	1265	119,6
2002	1284	121,4
2003	1296	122,4
2004	1330	125,7
2005	1320	124,8

Fuente: Ecotel/Sofres, 1989-2004. Elaboración propia

En este contexto, el análisis de las dimensiones socioculturales de los usos de la televisión no puede limitarse a planteamientos numéricos indicadores de frecuencias de audiencias, así como no puede aislarse la recepción y producción de los discursos de los contextos sociales en que se verifican. En este sentido, las lecturas audiométricas de ver televisión no tienen pertinencia; las diferentes formas de uso de la televisión adquieren sentido a partir de las estrategias desarrolladas por los agentes en su relación con grupos o comunidades. Por ello “la visión global y multidisciplinar de la realidad privilegiada por los estudios culturales una vez aplicada al estudio de la televisión nos permite analizar los significados que los agentes atribuyen al medio en espacios y tiempos diferenciados” (Morley, 1996:33).

En este marco, los discursos de los medios de comunicación de masas son considerados elementos integrantes de las prácticas y procesos culturales. Las implicaciones educativas de este concepto de audiencia son muy profundas sea en la definición de una educación audiovisual, sea en las

interacciones entre alumnos y profesores. El desarrollo de la capacidad de análisis crítico de los media supone, desde el punto de vista educativo, “la búsqueda de interpretaciones del papel de los profesores en el proceso de una educación mediática, el dominio por parte de los alumnos de lenguajes y códigos audiovisuales, la integración curricular de los media en los proyectos educativos, la adecuación de estos media a la especificidad de estos contextos y también el desarrollo de una actitud crítica e innovadora de los profesores antes este reto” (De Pablos, 1996: 43-44).

En la línea de lo que afirma Escudero Muñoz (1992:12), “el uso pedagógico de nuevos media en la educación exige algo más que *buenos proyectos*; su finalidad real consiste en proporcionar una enseñanza innovadora que no se limita a una simple utilización de los mismos sino que surge en la secuencia de decisiones tomadas a partir de formas específicas de diseñar y realizar las actividades de enseñanza”. Este problema plantea también problemas “de orden ético” (Lebres, 2001:21).

Según afirma el periodista Nel-lo Pellicer, “todos los contenidos audiovisuales de un archivo han de tener la misma consideración al tratarse de documentos únicos, exclusivos y, sobre todo, por el hecho de que no es sino a partir de su existencia que se despliega un potencial cuyas consecuencias son siempre imprevisibles. Por el contrario, su inexistencia o la mala gestión documental que dificulta o imposibilita su localización le priva de esta potencialidad a la que aludimos. En el caso que se estudia de los contenidos de los fondos de Canal 9-RTVV estamos, sin duda, ante un patrimonio de interés público. Por tanto, se habría de contemplar la posibilidad de divulgación pedagógica y de accesibilidad para la investigación universitaria y científica, entre otros. Bien es verdad que no podemos ignorar el contexto de competencia televisiva y el papel estratégico que los contenidos televisivos tiene y van a tener cada vez más en el mapa audiovisual que se viene configurando desde finales de los años ochenta y, más recientemente, en el nuevo escenario digital”¹²⁸

¹²⁸ En declaración para esta tesis doctoral realizada el 17 de septiembre de 2007. El Dr. Nel.lo Pellicer es periodista de Televisión Valenciana y guionista de varios documentales sobre arte y patrimonio.

Entre los medios audiovisuales, donde más se aprecia la carencia de temas relacionados con la educación, la cultura y el patrimonio es sin ningún lugar a dudas la televisión. Salvo programas especiales y documentales (limitados por los altos costes de producción) en donde se enfoca el patrimonio desde una postura *esteticista* y que refleja la cara amable y complaciente de la historia (seguramente alentado por el poder político), priman por desgracia los intereses económicos y las audiencias sobre la función social y de formación y concienciación que tienen los medios de comunicación. El papel habitual que le corresponde a estos medios es “el de informar con posibilidad de confusión entre conocimiento e información como afirma Natacha Polony¹²⁹ de lo que resulta o no resulta noticia (noticia entendida como novedad)” Las agresiones al patrimonio derivadas de acciones de vandalismo o expolios arqueológicos, la degradación de los edificios y derrumbes como consecuencia del paso del tiempo, las restauraciones polémicas como resultado de atacar al rival político. Ciertas noticias con gran carga social, como la restauración y posterior polémica llevada a los tribunales del Teatro Romano de Sagunto, la restauración del Museo Sant Pius V, el encargo de la ampliación del IVAM, la construcción como masa arquitectónica en el centro urbano de Valencia del Museo de la Ilustración y la Modernidad, y muchos otros casos, han copado gran parte de las noticias culturales y artísticas en las televisiones públicas.

Si realizásemos un seguimiento periodístico de todas las noticias que tratan el tema del patrimonio, veríamos cómo casi el 90% de las noticias que se publican tratan de esta forma el tema. Sin embargo, y como asegura Enrique Ibáñez (2003: 34-35), “lo que tienen que perseguir los medios de comunicación es ampliar el interés por el patrimonio histórico a la mayoría de la población y romper con el mito que la cultura pertenece a una elite privilegiada”.

¹²⁹ Según afirma Natacha Polony, “Qué importa que se confunda alegremente conocimiento e información, y que se olvide que, para ser útil, sólo para ser memorizado, una información debe ser tratada, analizada”. En *El País*, 9 de octubre de 2005, p. 60.

Según J.Phares ¹³⁰, si la opinión se interesa cada vez más por el Patrimonio, y si ciertas angustias se dibujan frente a su porvenir, los Media deben actuar para asegurar que vaya aumentando la toma de conciencia de esta herencia y de lo que representa para cada uno de nosotros. ¿Qué acontecimientos deben ser conocidos?, ¿qué informaciones deben ser públicas?, ¿cuáles deben ser sacrificadas o silenciadas? Si desde el momento en que nadie habla de ellas corren el riesgo de no existir, es precisamente la prensa, al realizar su elección, la que decide sobre el acontecimiento o no-acontecimiento, el valor o el no-valor, la importancia con relación a su público.

Hasta las polémicas obras de restauración del Teatro Romano de Sagunto, las cuestiones de Patrimonio eran noticia cuando los propios medios de comunicación así lo decidían. Las denuncias que durante años se han venido haciendo sobre el mal estado de nuestro Patrimonio han evitado pérdidas importantísimas en la riqueza histórica y cultural de la Comunitat Valenciana.

Muchos edificios emblemáticos han desaparecido ante la impotencia de nuestras miradas, pero también se ha logrado salvar a muchos otros gracias a las denuncias que muchas veces se han tenido que convertir en auténticas campañas informativas en los medios de comunicación. Y es que hasta ahora el patrimonio venía siendo noticia cuando ya no se podía hacer nada por él. Y por esta razón, "Sagunto, desgraciadamente, ha marcado el punto álgido en este binomio de medios de comunicación-patrimonio" (Raga, 1997:170).

Según afirma Dondelinger ¹³¹, "la salvaguarda y la restauración del patrimonio audiovisual de nuestros países, que a menudo se ha descuidado gravemente, es tarea primordial de todas las autoridades políticas y culturales. Se creará una comisión europea que se encargue de esta responsabilidad.

¹³⁰ Phares.J Vice-Presidente de ICOMOS Internacional, 1997.

¹³¹ Dondelinger, Jean. "La Europa Audiovisual. Declaración de Delfos", en *El País. Temas de Nuestra Época*, (68), 2 de marzo de 1989. Punto 14 del documento redactado por 250 personalidades de 24 países europeos del mundo del arte, la literatura y las ciencias en el Congreso organizado por la Unión Europea en la ciudad de Delfos los días 25, 26 y 27 de septiembre de 1988.

Así el patrimonio audiovisual, libremente accesible, podrá rendir testimonio de nuestro tiempo ante todos”.

3.1.2. La cultura mediática. Una indiscutible Paideía.

Tras la Segunda Guerra Mundial, los dirigentes de los países europeos, intentaron poner orden a la barbarie informativa que se desarrolló durante el conflicto bélico. Esa fue la génesis de lo que sería posteriormente la intención - del sector cultural unido al comunicativo- “de favorecer al sector público como servicio esencial en televisión” (Fuentes, 1989: 14). En sus comienzos, estas emisiones estaban destinadas a la difusión de programas culturales con una enorme tradición, una *alta cultura*, como el teatro, la música clásica, el arte o la poesía, refiriéndose únicamente a la tarea de hacer llegar a todo tipo de público unas ofertas culturales ya arraigadas en la sociedad mediante formas tradicionales. Por ello, las expresiones culturales más “populares” quedaron relegadas o simplemente desaparecieron de la televisión pública. Al respecto, Rodríguez Pastoriza (2003: 23) indica que “ejemplos de cultura popular como el carnaval, fueron prohibidos en televisión durante la etapa franquista en España”. Ello supuso que el medio televisivo soportó una enorme responsabilidad, por ser el encargado de recoger y transmitir la *verdadera cultura* allí donde no había podido llegar antes, entre otras razones por el desarraigo de la posguerra. A partir de entonces “una parte de la programación de la televisión debía estar a disposición de educadores, artistas, escritores, músicos, intelectuales en general; individuos que acumulaban los conocimientos de las distintas disciplinas, como vehículo de divulgación de sus obras y de su pensamiento, si bien en algunos casos sólo se permitía el acceso a quienes no manifestasen ningún tipo de disidencia con el poder y en otros llegaban a ejercerse férreas censuras” (Rodríguez. P, 2003: 24).

Esta división conceptual e ideológica entre cultura popular y alta cultura está presente en el medio televisivo europeo desde sus inicios. Los intentos de fusión que se han prologado en Europa sólo tuvieron un cierto éxito hasta la llegada de los operadores privados a mediados de los años ochenta y en el sistema televisivo británico con posterioridad. El contexto cultural y político británico es importante: Lord Reith, primer director de la BBC, definía la misión de la televisión en tres verbos, “informar, educar y entretener”, que desde entonces son repetidos sin rubor por cualquier televisión con ciertas

pretensiones más allá del puro beneficio económico. Años más tarde, Sir Huw Wheldon, otro de los directivos legendarios de la cadena, resumió en los años sesenta la tarea de la BBC en otro conocido lema: "To make the good popular, and the popular good". La liberalización del sector televisivo europeo en los años ochenta, tratando de imitar el excelente modelo británico, provocó sin embargo, la división casi definitiva entre cultura popular y alta cultura en la televisión. Respecto a la categorización de alta o popular cultura, Llorens Maluquer afirma que "esta diferencia entre cultura popular y alta cultura se hace básica y referencial para los canales culturales respecto al resto de canales y a la propia televisión. La pretensión de diferenciación, esencial en la alta cultura, es la que persiguen los canales culturales, que pretenden distinguirse del resto de la televisión de cultura popular ofreciendo una cultura intelectual, emancipadora del hombre según los ideales de la modernidad"¹³²

Posteriormente en la década de los '70 y '80 en Europa, y concretamente en la de los '90 en España, se produce una nueva concepción de la televisión comercial, debido entre razones a la aparición de los medios privados, la carga de la deuda pública y a la competencia de productos Americanos¹³³.

El tiempo libre y la cultura del ocio –como consecuencia de la aparición de estado del bienestar- condicionarán sin duda el concepto de televisión, regulará su programación y supondrá nuevos modos de financiación. Según Baudrillard (1997: 39), "lo verdadero es lo realizado como ocio; el tiempo de realización para el hombre es el tiempo libre".

Por entonces, en el panorama mediático europeo ya se empleaba la expresión *cultura de masas*, a la vez que indica un tipo de cultura popularizada,

¹³² Llorens Maluquer, C. y Aymerich Franch, L. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Recuperado el 2 de noviembre de 2007. http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens_y_Aymerich.htm

¹³³ A diferencia de la televisión europea, desde los '50 en EE.UU el medio televisivo nació y se desarrolló con fines puramente comerciales, creando así unas distancias naturales entre esta y los productos culturales. Sólo destaca el ejemplo de la televisión pública PBS, aunque sus programas pseudo-culturales carecían de las audiencias que acostumbraban a tener los programas estrellas privadas.

extensiva a todas las clases sociales, propia de las sociedades desarrolladas y opuesta a la cultura de elite, también se refiere a la sociedad de masas, es decir, cultura como tipo de sociedad, de un modo más general que el régimen sociopolítico o el sistema social. Está producida industrialmente y sus mensajes se difunden masiva e indiferenciadamente con arreglo a la tecnología que le permite una optimización de las inversiones. Particularmente se señala que la cultura dominante en las sociedades capitalistas desarrolladas se caracteriza como cultura de masas, donde los medios tienen un papel preponderante a la hora de configurar el sistema sociocultural. La expresión *tercera cultura* ha servido para referirse a esta cultura de masas que surge de la prensa, cine, radio y televisión y se coloca al lado de las culturas clásicas y nacionales. También se ha hablado de *hombre masa* (hombre manipulado¹³⁴ o alienado, hombre unidimensional) y *sociedad de masas* que se caracteriza por la existencia de grandes ciudades masificadas, la estructuración burocrática y jerárquica de las relaciones sociales, la igualdad teórica (legal) de derechos de los ciudadanos o el anonimato de éstos en el conjunto social; incluso R. Gubern (1987: 277) llega a hablar de “una mutación del ser humano para dar lugar al *simio informatizado*”. Es más, G. Duby (1976: 82) afirma que “los hombres no regulan su conducta en función de su situación real, sino de la imagen que de ésta tienen, imagen que jamás es un fiel reflejo de la realidad”.

El término *cultura de masas* tiene su origen en la Escuela de Frankfurt¹³⁵, para quienes, según dice Rodríguez Pastoriza, “se caracteriza por tener un mensaje efímero, emitido por un reducido grupo de comunicadores a un receptor masificado, disperso y anónimo, a través de un medio centralizado, del

¹³⁴ Al respecto, Lluís Flaquer, asegura que “la crítica que cuestiona la televisión que hoy se hace parte de un gran error: creer que el telespectador es un ser disminuido, falto de criterio y de capacidad de discernimiento que puede ser manipulado y pervertido fácilmente por los *media*. Pero, ¿y si el telespectador estuviera inmunizado frente a la *contaminación televisiva*? ¿Y si fuera el telespectador el que manipulara la televisión imponiéndole sus criterios y preferencias? ¿Y si la televisión fuera solo entretenimiento y el telespectador supiera distinguir entre la realidad la ilusión/ficción? ¿Y si la televisión fuera una caja menos tonta de lo que dicen? ¿Y si el telespectador no fuera tan tonto como el sabio quiere hacer creer? ¿Y si el crítico bienintencionado e ilustrado –“soy buen ciudadano porque critico la televisión”, piensa con orgullo- no fuera sino la enésima reencarnación del déspota ilustrado? En suplemento cultural Ideas, en La Vanguardia, 4 de julio de 1997, pág 12.

¹³⁵ La Escuela de Frankfurt estaba integrada en los años ´40 por Theodor W. Adorno (para quién, las masas no son la medida, sino la ideología de la industria cultural), Walter Benjamin, Max Horkheimer otros.

que la televisión sería el paradigma”.

Al respecto de la Escuela de Frankfurt, el autor Ramón Zallo (1992:10-11) explica su postura; "la vieja Escuela de Frankfurt -exceptuando a W.Benjamin- no comprendió el entronque que muchos productos de la cultura industrializada iban a establecer con la cultura popular soterrada y menospreciada hasta entonces o el hilo de continuidad existente entre las culturas tradicional e industrial, y que ha permitido que rasgos centrales de las mercancías culturales tradicionales -tales como la unicidad, creación, renovación, autonomía- perduran en la cultura industrializada si bien con cambios cualitativos. Tampoco valoró que junto a producciones deleznable las nuevas industrias crearían las condiciones para nuevas expresiones artísticas; ni que los binomios cultura e industria, arte y capital, iban a alcanzar síntesis bien contradictorias, dada la inesperada ambivalencia de la producción cultural susceptible de reproducción, democratización de la recepción cultural y generación de nuevas formas culturales, por un lado, e irrupción directa del capital en el ámbito de la creación y la producción cultural con todas las servidumbres que ello implica, por otro".

Según afirma el profesor Victoriano Fernández Asís (1986: 12-13), "la definición de la cultura se aparte hoy de lo que se ha tenido por casi infalible en otros tiempos. Todo lo que el hombre no podrá ya olvidar", y según Margaret Mead o Albert Schweitner, o la definición de quienes veían en la cultura la totalidad de los elementos denominados culturales: artes, letras, conciertos y deportes. La Televisión, la Radio y la Prensa –los llamados en ocasiones mass media- son para Abraham Moles elementos predominantes de experiencia cultural. Los elementos realmente presentes en el individuo, los que constituyen los principales instrumentos de su contacto cultural o de la sedimentación de las experiencias pasadas, son los mass media. La televisión se ha convertido en la principal referencia del hombre socializado. Ese hombre televisivo requiere la intervención del antropólogo contemporáneo. Para el propio Moles, la conciencia popular sabe esencialmente del mundo por la visión luminosa de la pantalla familiar, largo tiempo calificada por la hipérbole de *ventana abierta al mundo*, incluso por aquellos que sabían que no era más que un *tragaluz abierto al vecindario*. La imagen del mundo vista a través de la televisión *no es la imagen del mundo real*. Esta, a través de sus gángsters, sus

campeones olímpicos, sus familias modelo y sus hombre de negocios, muestra el mundo televisivo como un inmenso juego de permutaciones, en que la riqueza aparente no da fe de su relativa pobreza en clases de elementos y en reglas combinatorias, (un centenar de personajes mezclados según unas cuarenta combinaciones, necesarios en los estudios escolares o universitarios). A la cultura-modelo de Abraham Moles se orienta Joffre Dumazedier o la alude, sencillamente, cuando estudia la revolución cultural del ocio en las ciudades industriales desarrolladas. Para Dumazedier la larga y frecuente práctica del lenguaje televisado crea una cierta aversión a la atención prolongada y al razonamiento lógico, necesarios en los estudios escolares o universitarios. Se ha dicho que la televisiones, sobre todo, un medio para reproducir la cultura más conformista, -como ya lo publicaran Lazarsfeld y Merton en 1957. Y es así en cuanto la televisión sirve de soporte publicitario. La televisión se destina entonces a atraer el mayor número posible de espectadores-clientes. Por consiguiente, deben desagradar al menor número posible de espectadores las normas y las ideas dominantes. Sin embargo, y al margen de ello, la televisión aporta espectáculos, debate, informaciones científicas, artísticas y técnicas que evidentemente, constituyen factores de cambio en relación con el modo de acción y de reflexión de la mayoría de los hogares de las diferentes clases sociales. Así, buena parte de los contenidos de televisión, en las sociedades, es a un mismo tiempo el agente y el efecto del cambio. La televisión plantea toda la integración de los valores del ocio de la vida cotidiana y en equilibrio con los otros valores de trabajo o de los compromisos sociales. Dentro de la norma actual, el tiempo del ocio no es ya sólo un tiempo de reposo reparador, incluso si se deja para un gran número de trabajadores fatigados; se ha convertido en un tiempo de actividad, que tiene un valor en sí mismo. Ciertas personas que antes vivían para trabajar, osan trabajar hoy para vivir o para soñar. Lo evidente es que hay una crisis cultural, de la que ya se hablaba hace once años, en Arc-et-Senans, en un coloquio convocado por el Consejo de Europa. Europa ya había entrado entonces en un periodo *no organizado y clásico*, sino de gran inestabilidad, de desestructuración y de reestructuración, de crisis, en una palabra. Esta nació de la quiebra de lo valores comunes, de los conceptos comunes del hombre y de la sociedad que marcan la Edad Media y el clasicismo europeo. Nos encontramos ahora ante una pluralidad de

sistemas de valores diferentes, nacidos en medios culturales muy diferenciados según su nivel de evolución. Cada europeo se encuentra frente a varios modelos de cultura en los que participa simultáneamente: el viejo modelo rural, el modelo industrial y, ya con los jóvenes, un modelo postindustrial¹³⁶ en plena evolución. Los jóvenes manifiestan una voluntad de ruptura frente a los modelos humanistas tradicionales. Se niegan a considerar lo que ellos consideran una cultura dominante que gravita sobre las subculturas nuevas y tiende a imponer una gramática y una organización que para ellos son extranjeras, afirma finalmente el autor. La dinámica comunicación-sociedad, según Manuel Martín (2004:17), “aún no ha sido suficientemente esclarecida”.

Este estado de la cuestión obedece a varios factores:

- No existen todavía estudios serios en los que se establezca las correspondencias entre la evolución de las sociedades y la organización, funciones y uso de la comunicación pública. Los datos necesarios para ese trabajo aparecen desde el momento en que la economía y el control social recurren a los medios de difusión *masiva*, pero no han sido explotados con vistas a este nuevo uso.¹³⁷

¹³⁶ Con respecto al modelo cultural y mediático en la era postindustrial Román Gubern (1992:52) indica que “un principio biológico bien conocido establece que todo organismo vivo necesita encontrar en su medio sus fuentes energéticas e informacionales. Pero en la actual sociedad postindustrial, la información adopta cada vez más la forma de flujos de energía, de energía eléctrica o electromagnética, que desembocan sensorialmente en producciones gráficas (símbolos) visualizadas en una pantalla fosforescente, esa pantalla polifuncional que ha expandido las limitadas funciones del viejo televisor doméstico, pasivo y monodireccional”.

¹³⁷ Tal información es abundante para las primeras sociedades en las que se establece el capitalismo. Y también existe en las sociedades que tuvieron o tiene economías planificadas. Incluso se puede contar con la información necesaria en sociedades dependientes donde se hayan desarrollado economías de mercado. En otras sociedades del pasado y de la actualidad las fuentes resultan raras e incompletas. Ese vacío puede cubrirse en el futuro al menos en parte. Para las sociedades precapitalistas se necesita otra lectura de los trabajos existentes en el campo de la historia política, social y económica. Para las comunidades extinguidas algunos antropólogos y etnólogos han hecho de pasada observaciones que convendría recapitular. Para los grupos humanos cazadores, recolectores y agricultores todavía existen, que no han terminado de ser organizados por las relaciones de dependencia con otros industrializados, se requerirían investigaciones para las que quedan muy poco tiempo. Empeño que, a pesar de la carencia de medios, se está intentando sobre todo en Latinoamérica.

- Estos estudios de las correspondencias entre el estado de las sociedades y las modalidades de comunicación pública también son necesarios para comprender cómo se opera con la información en las sociedades de masas. Y sin embargo las obras antecedentes son muy pocas y todas parciales, razón por la cual se sigue requiriendo el esfuerzo teórico al que corresponde este estudio.

- No puede tenerse por modelos teóricos de la producción social de comunicación tantos estudios de comunicación social. Por lo general, los libros de Comunicación social consisten en investigaciones puntuales o generalizadas sobre efectos de tal o cual medio, de tal o cual técnica de distribución de la información, de esta o aquella estructura narrativa. En el bosque de la comunicación pública representan los árboles cortados en tantas ocasiones para un uso manipulador. Esas prácticas de la investigación sólo han dejado el calvero de una ausencia. El terreno que pretenden descubrir queda deformado por la acción devastadora de unos modelos teóricos instrumentales, caracterizados porque seccionan las raíces que sujetan la comunicación pública a lo largo de las sociedades. La trayectoria generalmente seguida por la investigación de la comunicación social ha impedido comprender que la comunicación pública es ese espacio para la acción social en el que las comunidades también se han jugado, a lo largo de la historia, su viabilidad como organizaciones y por tanto su destino.

Al respecto de los reajustes que han acompañado al equipamiento televisual de los hogares, el mismo autor señalado anteriormente indica que, todas las sociedades cuando introdujeron la televisión doméstica se vieron afectadas a nivel estructural. Sucedieron modificaciones en el uso del espacio (en la casa, en el trabajo, en los lugares públicos) y también en la ocupación del tiempo (trabajando, en actividades lúdicas, domésticas, etc.). El funcionamiento viable del Sistema Social (SS) como un conjunto exigía reajustes internos de su propia supraestructura e infraestructura:

- Un ajuste de la superestructura de (SS) cambia la imagen social y jurídica de la familia. El modelo familiar se retrae a la preservación del grupo nuclear. Este ajuste de los valores a las prácticas responde a una necesidad específica de la organización social. Como resultado necesario para el mantenimiento de funciones esenciales concernientes a la producción y al consumo, termina produciéndose en todos los países tanto si la representación que se hace del grupo familiar en la televisión contribuye o no a reforzar este cambio ideológico. No obstante los ritmos con los que se produce el ocaso de la familia extensa, en su papel de núcleo de la reproducción de la sociedad, fueron más rápidos en sociedades donde regían relaciones económicas industriales en el momento en el que apareció la televisión doméstica (como Estados Unidos) que en los países con economías agrarias cuando se produjo la llegada del nuevo medio de comunicación de masas (como México).

- Un ajuste de la infraestructura de (SS) supone que el equipamiento social para el ocio y el equipamiento comercial de pequeñas dimensiones decaigan en todos los países. Este cambio se genera por múltiples razones vinculadas a los usos sociales del mundo televisual. En todos los casos se comprueba la disminución y reorganización del tiempo de trabajo y las transformaciones de las funciones del hogar. La capacidad publicitaria del medio audiovisual obliga al redimensionamiento de las infraestructuras productivas y de consumo. Tales ajustes se producen para restablecer la rentabilidad de las inversiones de capital con independencia de la cuantía que tuviesen las transferencias de capital y tecnología destinados a fabricar televisores. Pero los ritmos del cambio han sido más rápidos en las economías donde existían mayores excedentes de capital, tanto para las empresas como para las economías familiares.

La cultura de masas pondría la novedad por encima del clasicismo, aplicaría cánones de cultura a productos recientes de dudosa legitimación cultural como el cómic, el cine, la moda o la música pop. Según esta escuela, la cultura de masas degrada los valores artísticos al convertirlos en objetos de uso (*La Gioconda* utilizada en un spot publicitario, por ejemplo), mezclando la alta cultura¹³⁸ con la cultura de consumo sin establecer parámetros de calidad: la música de Bach y las canciones de Michael Jackson en un mismo programa Musical de radio (¿y qué decir de la conversión de la ópera en espectáculo de masas por los Tres Tenores?). La reproducción de la obra de arte, según estos pensadores, vendría a ser la culminación de la perversión de la cultura¹³⁹.

Además a la cultura de masas se le atribuye el carácter de instrumento de dominación ideológica. Sus funciones estarían supeditadas a las necesidades políticas de que los poderes que rigen las sociedades donde se produce, basándose en el hecho de que la cultura siempre cumple una función

¹³⁸ El término *High Culture*, al que anteriormente se hace referencia en el presente estudio, para indicar las dos posibles concepciones historiográficas que sobre el término cultura podemos tener.

¹³⁹ El mismo Pastoriza exceptúa de entre estos pensadores a Walter Benjamin (1892-1940), del que asegura, es el más heterodoxo de los frankfurtianos, para quién "esta reproducción a través de la fotografía, el cine y la televisión vendría a secular el valor cultural de la imagen, despojándola de su ritual". Al respecto, ver el ensayo *La obra en la era de la reproductibilidad técnica* (1936, aunque publicada en 1963). El aura, se define en este ensayo, como la manifestación irreplicable de una lejanía (por cercana que esté). La obra de arte, en sus primeras manifestaciones esta revestida de magia, el arte religioso también la posee, una pintura además de sus valores artísticos, conlleva un devenir, no sólo es un lienzo pintado, sino que es la historia que ha vivido (las miradas que ha recibido, los dueños que la han poseído, los lugares que ha visitado, la marca del tiempo sobre su superficie), todo esto se sacrifica en pro de la democratización del arte "En la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el aura de ésta", le permite salirse de presencia irreplicable e "ir al encuentro de cada destinatario". "La humanidad, que antaño, en Homero, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su auto alienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden. Este es el esteticismo de política que el fascismo propugna. El comunismo le contesta con la politización del arte", "Por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual", asegura Benjamin. En verdad es un cambio total en la forma de interactuar del arte en la sociedad, ahora, la obra tiene un público mayor, la dirección del arte debe cambiar, la propuesta de Benjamin es que el cambio será a la política, que todo arte que tiene la capacidad de reproducirse debe contener un discurso político que ayude a una mejora social.

política. Según Sánchez Noriega (1997: 304-305), y con todo lo expuesto, “parece que las obras de la cultura de masas en cuanto productos industriales niegan toda posibilidad de creación artística y de contenido espiritual. Es decir, se apartan radicalmente de la pretensión poética (creadora), dadora de nuevos significados, transformadora del mundo, que siempre ha tenido el arte. Sin embargo habrá que poner en cuestión la irreconciliable distinción entre arte y productos industriales de consumo cultural, al menos en la medida en que, como observó T.W.Adorno en su Teoría Estética, “aun en los casos en que el arte autónomo haya absorbido en serio los procedimientos de producción industrial, éstos han quedado fuera de él. La posibilidad en una ley de su forma, tal como creen quienes se identifican con ella”.

Como observa G.Vatimo (1986:49-49), la reproducción técnica, además de ser constitutiva de ciertas obras, y perder la aureola del original, hace que se borren las fronteras entre el productor y el consumidor, poniendo en entredicho la propia experiencia estética, que se aproxima a la *percepción distraída* (Benjamin)”. Pero además, “un proceso paralelo se ha dado en la fruición burguesa de la obra de arte y la fetichización a que ha dado lugar en la moda y el mercado” (Sánchez, 1997:305).

El papel de los medios en este terreno es decisivo. Por un lado, los medios aceptan las convenciones existentes y, por otro, las transforman; a la vez asumen valores, los modifican y hasta los crean. Los medios son un fiel reflejo de los valores sociales y, al mismo tiempo, proyectan sus propias obsesiones, de acuerdo con sus propios condicionantes.

Por tanto “su papel es sumamente ambiguo: retratan la realidad, la consolidan, y, a la vez, la *inventan*” (Riviére, 2003:119).

Según la figura 6, las sociedades capitalistas industrializadas producen mensajes massmediados de un modo bastante semejante al que emplean para producir mercancías. Por ello “los paralelos que históricamente se han dado entre ambos terrenos de producción son sorprendentes” (Lull, 1995:154).

MERCANCIAS	MENSAJE
Autosuficiencia	Comunicación Interpersonal
Artesanos	Artistas
Manufacturas	Productor y agente independiente
Industrialización	Red

Fig. 6.

Continuando con la misma hipótesis J.Lull (1995:94-95) indica que “La cultura está en realidad estructurada de diferentes maneras, algunas de ellas correspondientes a las diferencias de clase social, pero ciertamente no está determinada por las relaciones materiales o por las posiciones de clase social”. La cultura tampoco es una cuestión de importancia secundaria. Semejante perspectiva pasa por alto la variedad y el alcance del concepto de cultura, incluso sus atrevidas contradicciones. Cualquier teoría que considere la cultura como algo determinado por fuerzas exteriores no reconoce los modos vitales y creativos que tienen las personas de producir cultura en las actividades rutinarias de su vida cotidiana. Por consiguiente, la cultura no debería nunca considerarse como algo “sencillamente derivado de la clase, como si se tratara de una forma cruda de ideología” (Rowe, 1991:9).

Nos hace falta una perspectiva crítica menos estrecha. Como observa Martín Barbero (1993:20) “cierta importancia por explicar directamente las diferencias culturales como diferencias de clase impidió al marxismo analizar el carácter específico de los conflictos que articulan una cultura y los modos de lucha que producen una cultura dada”. Si pretendemos explicar la compleja naturaleza interactiva y a menudo contradictoria de los medios, la comunicación y la cultura, debemos reconocer tres axiomas (Lull, 1995:226):

1. La estructura no está fija ni es determinante.
2. Los mensajes simbólicos son polisémicos y multisémicos.
3. Los actores sociales interpretan y usan su entorno simbólico de maneras que representan sus intereses personales, sociales y culturales.

En el contexto de esta sociedad del futuro, asentada en la cultura del ocio antes que en la del trabajo, los medios de comunicación están destinados a tener un papel muy importante en la formación y ocupación de los ciudadanos, es decir, un papel en la sociedad. De ahí la importancia del nuevo modelo cultural derivado de la industria de los medios de comunicación de masas y fundamentalmente de la televisión¹⁴⁰.

Los países deben continuar dando prioridad a la alfabetización de las personas jóvenes y adultas, a través de métodos más efectivos, utilizando medios de comunicación masivos tales como la radio y la televisión, y movilizándolo y recabando recursos para elaborar los materiales escritos indispensables¹⁴¹.

Pero al respecto de los niveles de alfabetización y medios de comunicación, Jean Cazeneuve (1977:81) asegura que “es cierto que los mass

¹⁴⁰ Al respecto, y como modelo de televisión cultural con gran aceptación social podemos poner como ejemplo el programa *Apostrophes*, magazín de la televisión pública francesa Antenne 2, siendo el ejemplo cultural más destacado en toda la televisión europea desde los ´70. Dirigido y conducido por Bernard Pivot, convirtió el programa en el paradigma de la televisión cultural europea, con índices de audiencia muy superiores a cualquier programa comercial de éxito. En el plató se entrevistaban a destacados literatos como Nabokov, Marguerite Duras, Marcel Jouhandeau, Bukovsky, y un largo etc. También a políticos como Felipe González y a François Mitterrand. Creado 1975 en la cadena pública Antena 2 bajo el título de “Apostrophes” (con un total de 660 emisiones hasta su cierre en 1990) y desde 1991 con el título de “Bouillon de Culture”, en horas de gran audiencia – los viernes a las 10h30 de la noche – se mantuvo en antena durante 26 años.

¹⁴¹ Recomendaciones sobre políticas educativas al inicio del Siglo XXI. Convocados por la UNESCO, los Ministros de Educación de América Latina y el Caribe nos hemos reunido en Cochabamba, Bolivia, del 5 al 7 de marzo del año 2001, a celebrar la Séptima Reunión del Comité Intergubernamental del Proyecto Principal de Educación (PROMEDLAC VII). Según consta en la Recomendación 31.

media sólo se desarrollan y sólo producen efectos semejantes en las sociedades que se hayan alcanzado un cierto nivel de urbanización y de alfabetización”. Por consiguiente, podemos preguntarnos dónde está la causa, dónde está el efecto, máxime cuando más allá de cierto grado de saturación, la expansión de los media deja de incluir un aumento paralelo de los efectos modernizadores, y su influencia decrece entonces a medida que aumenta la cantidad de sus usuarios. Eso significa primeramente que la eficacia de las comunicaciones de masa resulta mucho mayor cuando éstas se desarrollan en contextos culturales que hayan alcanzado un grado mínimo de urbanización y de instrucción aunque sin haber rebasado todavía un cierto umbral de modernización.

La relación entre los conceptos “*Cultura*” y “*televisión*” en lo que se refiere tanto a su aspecto comunicativo como a su concepto antropológico¹⁴², han sido estudiados en no pocas ocasiones. Su carácter extenso y heterogéneo hace que se deban abordar independientemente más como un concepto particular en cuanto a sus formas de manifestarse, que como un concepto teórico.

La integración potencial de texto, imágenes y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación. Y ésta determina decisivamente la cultura, porque, como escribió Postman (1991: 28) “no vemos (...) la realidad (...) como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas”.

Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura. Puesto que la comunicación es mediatiza y difunde la cultura, las mismas culturas, esto es, “nuestros sistemas de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia, son profundamente transformadas, y lo serán más con el tiempo, por el nuevo sistema tecnológico” (Castell, 2000:281).

¹⁴² La antropología de Claude Lévi-Strauss es un continuo esfuerzo para encontrar la ley que permitió el paso humano de la naturaleza a la cultura.

Pocos términos y conceptos han logrado el estatus de palabra-fetichismo como *cultura*¹⁴³, ya que por unanimidad no se ha conseguido definir sus constantes variaciones semánticas. Y pocos se han convertido tan pronto en símbolo vacío. Miradas que van desde el significado del término hasta la perspectiva antropológica, pasando por el repaso a su historia, la denuncia de su mercantilización o la reflexión sobre el multiculturalismo”¹⁴⁴

El concepto de *cultura* abarca multitud de usos y significados. En 1952, Kroeber y Kluckhohn recogieron 164 de ellas. Hoy en día podría añadirse un buen número más, hasta convertirse en una suerte de *pôt-au-feu*, un puchero una olla en la que todo se echa y todo cabe”¹⁴⁵.

Históricamente, el término usado actualmente como *Cultura* se aplicó de distinta forma:

- En la Antigua Grecia, el término *Paideía*¹⁴⁶ es usada como formación, educación, etc.
- En la Roma Clásica, *Cultura* se relaciona con el cuidado de los objetos. Sólo Cicerón¹⁴⁷ relaciona este concepto en su variable educativa y formadora. "*Cultura animi philosophia est, la cultura del alma es la filosofía, que lleva al hombre a conseguir su humanitas, es decir, su condición humana*".

¹⁴³ El concepto *Cultura*, tal y como actualmente es empleada en distintos escenarios de la sociedad es un término que nació de la sociedad burguesa.

¹⁴⁴ Manuel Delgado, en Babelia, "*Maldita Cultura*", Diario El País, Sábado 13 de abril de 2004.

¹⁴⁵ Mayo Fuster Morell y Nicolás Sánchez Durá, "*Pensar lo humano, pensar la cultura*". En Domingo, Levante- EMV, 10 de septiembre de 2000, pág. 29.

¹⁴⁶ Con respecto al término *Paideía*, que durante la presente investigación aparecerá para justificar conceptualmente algunas cuestiones relativas a la cultura, en su sentido más amplio, Emilio Lledó cree que "desde el fondo del ser que hemos podido ser, a través de ese lenguaje que como, *Paideía* nos forma y nos destina, la voluntad se proyecta en función de un interior discurso que, más o menos conscientemente, es el motor de nuestras decisiones. Entender, pues, la cultura como *Paideía* es admirar el carácter dinámico y creador que está en el principio del desarrollo humano. La cultura no es, por tanto, la existencia de lo que se suele llamar "bienes culturales", sino nuestra presencia, ante ellos, nuestra posibilidad de que alguien ante la herencia y, sobre todo, nuestra posibilidad de hacer algo con ella.

¹⁴⁷ En su obra *Disputaciones Tusculanas*, Cicerón con el empleo de este término se refiere a la educación humana, diferenciándose así de la barbarie animal.

- En la Edad Media¹⁴⁸, *Cultura* estuvo indudablemente unido a la religión, al culto a Dios. Con el cristianismo "cultura" fue empleado con sentido metafórico, circunscrito al culto u homenaje que se presta a Dios, en tanto que lo referente a la formación personal fue expresada por palabras como "*moderatio*" o "*perfectio*".

- El Renacimiento, el humanismo español de Juan Luis Vives¹⁴⁹ y Giambattista Vico, proceden a dar impulso al término Cultura definitivamente, diferenciándose distintos tipos de cultura.

- En la Ilustración, la filosofía procede a teorizar con el término, al exponerlo en sentido objetivo, "La cultura no es sólo la formación humana (*la "cultura animi"*), sino algo objetivo sometido a leyes que le son propias". Es definitivamente Gottfried Herder¹⁵⁰ el que usará el término con el sentido que actualmente se emplea.

- El romanticismo aceptará la cultura popular como parte del hombre.

Actualmente son muchas las acepciones empleadas. Pierre Bourdieu¹⁵¹ eleva a la cultura al status de clase y efecto del influjo del consumo cultural, característica de los tiempos de la economía de mercado que vivimos actualmente, afirmando: "que el mercado de bienes simbólicos incluye básicamente tres modos, de producción: burgués, medio y popular. Estos

¹⁴⁸ Según Gustavo Bueno en el *Mito de la cultura* -(1996), Prensa Ibérica, Barcelona-, el concepto homólogo al de la idea moderna de cultura en la sociedad medieval es la idea de la *Gracia*, que situaba al hombre por encima de la naturaleza. Así, el lenguaje procedía de la Gracia de Dios, el poder también; por lo tanto, la sociedad civil, la familia, la moral, la filosofía y el arte (aplicado en su totalidad a ensalzar a Dios con la construcción de templos y catedrales, la imaginería religiosa, la pintura de escenas bíblicas, la música), todo aquello que posteriormente llamaríamos cultura, no era sino derivación de la Gracia divina: los reyes reinaban por la Gracia de Dios, de quien se inspiraban las leyes que regían el mundo; la Biblia habría sido escrita por inspiración divina, y los idiomas eran una consecuencia del castigo de Dios provocado por el proyecto de la Torres de Babel.

¹⁴⁹ La expresión "*cultura animi*" fue citada nuevamente por Juan Luis Vives (1492 - 1540) en su obra "*De tradendis disciplinis*", el humanista español también emplea las expresiones "*animum excolere*", "*cura animi*" y "*animam formare*"

¹⁵⁰ En su obra HERDER, J.G (1959) *Ideas para una filosofía de la historia de la humanidad*. (traducción directa de J. Rovira Armengol), Losada, Buenos Aires, indica que *Cultura* es todo lo aprendido, y nunca lo dado por la naturaleza. El esfuerzo será el encargado de atraer la cultura.

¹⁵¹ Bourdieu, P, (1990), *Sociología y cultura*, México, Grijalbo. Bourdieu elaboró el concepto de *habitus* para definir un sistema de predisposiciones y actividades culturales aprendidas socialmente que diferencian a las personas por sus estilos de vida.

modos de producción cultural se diferencian por la composición de sus públicos (burguesía/clases medias/populares) por la naturaleza de las obras producidas (obras de bienes de arte/bienes y mensajes de consumo masivo) y por las ideologías político - estéticas que los expresan". Por su parte Ortega y Gasset (1976:92) en 1937 definió la Cultura como "el sistema vital de las ideas de cada tiempo". George Steiner (1997: 59) asegura que "una auténtica cultura es aquella en la que existe una búsqueda de la educación en sí misma, fundada en la comprensión, el placer, la transmisión de lo mejor que la razón y la imaginación han producido en el pasado y producen en la actualidad". También el mismo Ortega y Gasset definía la cultura como un "movimiento natatorio", un bucear del hombre en el mar sin fondo de su existencia con el fin de no hundirse. Por eso la cultura debe ser, en última instancia, lo que salva al hombre de su hundimiento. La cultura podría definirse así como "aquello que el hombre hace, cuando se hunde, para sobrenadar en la vida, pero siempre que en este hacer se cree algún valor" (Ferrater Mora, 1991: 27).

Según Rodríguez Pastoriza (2003:16), a este concepto de cultura "le han sucedido otros más específicos, referidos sólo a una parte de esa cultura y asociados con alguna de sus manifestaciones". Los nuevos medios de comunicación, en particular la televisión, han creado un modelo de estructura cultural denominada *en mosaico*¹⁵², que introduce una novedad en las clásicas concepciones de la cultura, consistente, curiosamente, en su propio desorden. La cultura está, por consiguiente, según Moles, ligada a la sedimentación en la memoria de los actos, de los estímulos o de los mensajes que han penetrado en el entorno¹⁵³.

¹⁵² Según Abraham Moles, en *-Sociodinámica de la cultura* (1987), Barcelona, Paidós-, define la llamada *Cultura Mosaico* como el cúmulo de fragmentos de conocimientos que forma un depósito dejado por los mass media en el cerebro de los individuos, una cultura que se presenta como un conjunto de fragmentos yuxtapuestos, sin aparentes puntos de referencia, donde hay pocas ideas fundamentales pero sí muchas ideas importantes. Teniendo en cuenta el resultado de los procesos de comunicación que atraviesan el cuerpo social, Moles define la *cultura* como el producto residual de una comunicación entre los hombres, seguida de una cristalización de todo o de parte de los actos de comunicación en soportes materiales a los que llama *conservas comunicacionales*. La cultura está, por consiguiente, según Moles, ligada a la sedimentación en la memoria de los actos, de los estímulos o de los mensajes que han penetrado en el entorno. En esta misma obra, Abraham Moles plantea distinciones entre conceptos como cultura en profundidad y cultura erudita, cultura adquirida y cultura viva, cultura en general y cultura humanista, etcétera.

¹⁵³ Concepto de *engrama*. Las ideas, las concepciones, los conceptos no nacen de generación espontánea: cuentan forzosamente con una *imagen* o *modelo* pasados. Dentro de la plástica,

El canal mosaico se convierte en la metáfora de la situación actual. Si en la televisión tradicional cada programa se convertía en un fragmento, con autonomía, del discurso general de la programación, en la oferta multicanal, cada canal se convierte en una parte o fragmento del discurso global de la oferta. Hay que examinar, pues, estas ofertas conforme a una doble relación de enunciados: enunciado conjunto, múltiple y simultáneo de canales y enunciado secuencial según el desarrollo expositivo de cada uno de ellos y posibilidades de funcionamiento sucesivo de las pantallas. Es similar, pero incrementando, a lo que ocurría en el montaje audiovisual con el eje de la sincronía y de la diacronía. Ahora “en el eje sincrónico aparece una cantidad elevada de programaciones en el canal mosaico y además con un desarrollo conforme al eje diacrónico o de la sucesividad” (Cebrián, 1999:71).

El canal mosaico se presenta como reflejo de integración e intermitencia temática. Es un canal de canales que plantea múltiples problemas de análisis, ya que ofrece una selección de varios canales mediante ventanas. En la muestra simultánea de 9, 16 o más canales. Se da entrada a criterios de selección: ¿por qué se promocionan unos canales y no otros? Hay objetivos económicos o ideológicos detrás de ellos. Interesa conocer también la disposición de las ventanas en la pantalla: reparto equitativo y según el orden del dial, o distribución circular, rectangular o en los laterales, y la ventana de mayor tamaño para uno determinado, que es el que se emplea como promoción. Esto plantea problemas para el análisis semiótico por el hecho de que todas las ventanas aparecen de manera simultánea con narraciones en secuencialidad diferente; se generan narraciones paralelas de películas, espectáculos y deportes o músicas de manera simultánea.

el modelo o imagen constituye una determinada forma de expresión que se hereda y se transmite a través de la memoria colectiva. El historiador de arte, Aby Warburg, denominó estos modelos que contenían altos niveles de carga emotiva, *engramas*. Warburg realizó estudios sobre la restitución de gestos y expresiones corporales del arte clásico en la plástica renacentista. “Creo que también los modelos literarios, no sólo los plásticos, pueden considerarse bajo esta concepción: son modelos que se retoman y se reutilizan según las necesidades del momento Este modelo se transporta a través de la memoria colectiva, desde el pasado hasta el presente donde se actualiza. Dentro de esa actualización se mantiene, se transforma o se pierde dicho modelo o imagen, en qué porcentaje, eso lo decide quienes actualizan esos símbolos expresivos en función de explicar una realidad”.

El canal mosaico se generan, dos miradas:

- Mirada simultánea. Se establece un montaje por contigüidad según la ordenación y alteración en cada una de las ventanas de los canales. Las imágenes de un canal contraen nuevas relaciones asociativas al estar yuxtapuestas las de otros canales. Todo depende de la ordenación que haya establecido la plataforma: por proveedores, temática o según otros criterios; en todo ello subyace un modo de enunciado como consecuencia de un planteamiento general. Pero sólo es posible un canal de audio en el conjunto de los canales de imágenes, generalmente el de la ventana grande, u otro diferente, puesto que de lo contrario se incurriría en un ruido imposible de seguir.

- Mirada secuencial. Se aprecian múltiples propuestas programáticas. Cada canal desarrolla su discurso. En la secuencialidad, la idea surge de las relaciones que se establecen entre lo anterior y lo posterior. Lo simultáneo en este caso se integra en las interrelaciones secuenciales.

La simultaneidad viene determinada, dentro del canal mosaico, por la yuxtaposición de ventanas. Ahora bien, “dentro de este proceso cada usuario puede relacionar visualmente fragmentos de una propuesta u otra y hacer diversos combinados para conformar su información y pensamiento” (Cebrián, 2004:83).

Mientras la cultura tradicional esa limitada en conocimientos, pero organizada, coherente, estructurada, la cultura mosaico se caracteriza por el desorden, la dispersión, el caos aleatorio. Tanto si se considera a la televisión como institución, atendiendo al conjunto de la programación, como se consideran algunos programas aislados (los informativos, por ejemplo), las informaciones son aparentemente inconexas, dispersas, difícilmente integrables, contradictorias a veces.

Basta pensar, por ejemplo, en informaciones sobre la crisis económica interrumpida por anuncios que incitan al consumo. O en anuncios en los que se insiste sobre lo fácil que es ser feliz interrumpiendo informaciones sobre las mayores tragedias de la humanidad. La televisión favorece, pues, un tipo de saber disperso, compartimentado, descontextualizado, incoherente.

No existen unas normas de referencia válidas para todos, por ello “no hay un saber jerarquizado y estructurado en el que insertar las informaciones nuevas. La única coherencia hay que buscarla en el seno del propio medio, en su propia lógica interna” (Ferrés, 2000:29).

Con la concepción ecléctica y policéntrica de la cultura, se borran las fronteras entre los géneros, los temas, los estilos y los tratamientos; el derecho a la parodia, al comentario, a la deslocalización, a la adaptación, a la mezcolanza..., conlleva la ambigüedad de la indagación creativa superadora de esquemas y géneros y, al mismo tiempo, de la operación comercial que toma referentes universales y formatos codificados con prestigio reconocido e interés suficiente para las audiencias.

Ello supone la crisis definitiva de la concepción de autor que ha sido un elemento propio de la cultura burguesa a partir del Renacimiento, pero por una vía bien distinta a la de la cultura tradicional en la que vemos obras creadas – copiadas, reelaboradas- en el anonimato, como en la literatura oral, la pintura o la arquitectura primitivas, ya “que desdeñan el concepto de autor en la medida en que no existe una especialización neta de artistas y no se tiene la concepción actual de la obra de arte singular” (Sánchez, 1997:303).

¿Tiene entonces sentido hoy día hablar todavía de cultura desde una única significación y práctica? Pareciera que no. De todas formas, más como elemento ilustrativo y de guía, sepamos que existen variados caminos teóricos (epistemológicos) para clarificar la palabra:

a). En su acepción antropológica podemos afirmar, citando a Tyler, que el término abarca "(...) un todo complejo que incluye los conocimientos, las

creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y todas las demás disposiciones y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de una sociedad" (Duvignaud, 1972:144).

b). Desde una óptica más próxima a la semiótica o semiología podemos decir que la cultura es una unidad de varios sistemas organizados jerárquicamente. De tal forma que esta concepción de la cultura nos está apuntando que ella es organizada, sistemática y portadora de información que contiene tanto los elementos simbólicos como los materiales del quehacer humano.

c). En perspectiva más sociológica se dirá que la cultura es el proceso, o todo proceso de producción simbólica. Al respecto, un autor como Duvignaud (1972:146), nos entra al detalle afirmando que "lo que hoy llamamos cultura no es más que la totalización de procesos de diferentes estadios, de diferentes categorías, de diferentes niveles, que todos adquieren en efecto cada vez más un sentido muy subjetivo, e incluso estético, e incluso imaginario".

d). Para la UNESCO, "(...) la cultura, en su sentido más amplio, puede considerarse hoy como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Engloba no sólo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden"¹⁵⁴.

e). A efectos económicos, Ramón Zallo (1992:9) desde una visión de "economía de la comunicación y la cultura" entenderá a la cultura "(...) como la

¹⁵⁴ UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*. nº 2º. Julio. Documento UNESCO CLT/MD/1.Francia.

producción, conservación y distribución de contenidos culturales vinculados a prácticas sociales". Y en otro texto el mismo autor expresará que "El concepto de cultura se ha extendido en los últimos años hasta el punto de que las antes consideradas subculturas —comic, rock, cultura popular- o técnicas — infografía...- o la comunicación masiva, constituyen ya una parte de la cultura moderna. Insensiblemente, la mercantilización de la cultura revaloriza los parámetros económicos en las decisiones culturales públicas y privadas. La internacionalización de las manifestaciones culturales más homologables incide en la desaparición de las fronteras culturales".

f). Y finalmente, cercano a la llamada "sociología de lo vivido" o de lo "cotidiano", Aldoux Huxley nos "(...) comparaba la cultura a un álbum de familia donde sólo los miembros de la familia reconocen de una ojeada los retratos del tío Víctor o del primo Honorato, evocan implícitamente sus manías, sus anécdotas, incluso algunas de sus palabras más características. Los extraños son excluidos de este diálogo silencioso: no tienen la cultura del grupo" (Escarpit, 1977:252).

3.1.3. La neotelevisión en el nuevo mosaico audiovisual

La llamada “*Neotelevisión*”, término acuñado por Umberto Eco (1986: 28) y retomado por Casetti y Odin, privilegia la relación *in-mediata* (sin la mediación intelectual), el contrato, la impresión de interactividad (la relación sin instancia tercera, mediadora) y, produce “una inflación de las *formas*, de todo cuanto acentúa el contacto, haciendo hincapié en el hecho de comunicar”.

Esta inflación de las formas comunicativas puede producirse en detrimento del sentido (fondo), y “convertirse en *conversación audiovisual*” (Bettetini, 1986:19); es decir, en un modelo comunicativo en el que importa más la forma (el modo de comunicar) que el fondo (la transmisión de contenidos). Un modelo en el que la gran protagonista acaba siendo la televisión misma, el medio (lo importante es comunicar). Véase a este respecto la importancia de todo lo no-verbal (gestualidad, movimientos, apariencia, *look*, etc.) en el discurso audiovisual, en el sentido es, hasta cierto punto, secundario, pues se privilegia la *relación*. El medio televisivo puede ser tomado como referente de las sociedades en las que vivimos. Las imágenes que la televisión refleja “podrían ser interpretadas como una visión actualizada de aquellas que Platón describió en su Mito de la Caverna” (García.A, 2003:21). El mismo autor (2003: 26) afirma que “no hay que hacer grandes sutilezas hermenéuticas para descubrir en el montaje de la caverna, la esencia misma de lo que puede constituir la desinformación en la sociedad contemporánea y, concretamente, en uno de sus medios más poderosos: la televisión”.

La descoordinación mediática, -aunque no es el tema principal del presente estudio de investigación- es la principal causa del posible descrédito empresarial del proyecto público Radio Televisión Valenciana. Esta, se puede establecer en torno a tres ejes principales:

- a) Una profunda crisis¹⁵⁵ del modelo público de televisión,

¹⁵⁵ “En cualquier caso, la televisión está desfasada, en crisis. Lo multimedia representará muy pronto la muerte de la televisión, su absorción por la realidad virtual. El cine ha muerto, como ya he dicho, pero es el cine lo que mantiene viva a la televisión. Si no fuera por el cine la televisión habría pasado hace tiempo. Los dos cadáveres se sostienen mutuamente. Y digo esto desde el amor que un día le tuve al cine -y ya no puedo mantener”. Paul Virilio, en *Acción Paralela*, nº 3. Ensayo, teoría y crítica del arte contemporáneo. www.accpar.org.

principalmente en su proyección informativa servil al poder, además de causas política y desinterés empresarial.

b) Por cambios simbólicos generales en la llamada Neotelevisión; la emergencia de la intimidad y el discurso en torno al desorden, que introduce un nuevo régimen de visibilidad.

c) Los cambios formales producidos en este modelo; concretamente la disolución de los géneros, que acarrearán cambios en la relación del sujeto con la realidad.

En la televisión, como denunció Pierre Bourdieu (1997:22), “no hay tiempo para desarrollar ideas, para articular un pensamiento; el tiempo es lo que manda, con el imperativo de no cansar. La relación cognoscitiva (basada en el aprender) deja paso a una relación emotiva (basada en el sentir)”.

Según Sánchez Biosca (1995:36), si bien pierde credibilidad –y no despierta el mismo interés-, “toda la información relacionada con la actualidad sería, recrudescer en cambio el interés por otro tipo de actualidad: actualidad rosa (cotilleo), actualidad negra (vinculada a los sucesos), actualidad amarilla (escándalos, noticias sensacionalistas) y, más generalmente, interés por todo aquello que refleje el cariz humano de la actualidad en su dimensión individual y emotiva, por todo cuanto remita a lo microinformativo y produzca microdiscursos, dentro de una cultura de la fragmentación tan representativa de la modernidad”.

El propio Imbert (2003:45) indica que “aunque el discurso televisivo cumpla una función socializadora, no lo hace desde el discurso racional, desde el conocimiento, sino desde la seducción, desde lo emotivo, desde los relatos más que desde los discursos, desde su propia realidad y desde la realidad imaginaria que despierta en el espectador”. Por ello tiene que ver con mecanismos de identificación primarios, de tipo asociativo, que recuerdan el pensamiento mágico. Estos resortes hacen hoy del modelo de entretenimiento el sistema de socialización más eficaz, pero también un complejo instrumento

de manipulación¹⁵⁶ colectiva.

En un texto publicado en 1998, Gérard Imbert (1998:100) afirma que “lo monstruoso sería algo así como la otra cara (¿inevitable?) de lo aceptable (de lo periodística y éticamente publicable); revela la *parte maldita* del discurso de la modernidad, ese *sobrante*, ese exceso del que no se sabe qué hacer, y que se convierte en estética degradada, en una forma basada, para retomar los términos de Georges Bataille, en el derroche, en la saturación”.

Cuando se pregunta a la gente por qué contempla la televisión o por qué ve un programa determinado, suelen dar respuestas tan vagas, tan poco precisas como: “por qué me gusta”, “por qué es divertido”, “por qué es entretenido”, “por qué tengo costumbre”, “por qué es interesante”. Son explicaciones que no explican nada, y ponen de manifiesto el desconocimiento que la mayor parte de las personas tienen sobre sí mismos tanto en su comportamiento en general como en su comportamiento como telespectadores. La eficacia socializadora de la televisión se basa en buena medida en este desconocimiento. Los especialistas en comunicación audiovisual, sobre todo los persuasores (los publicitarios, por ejemplo, o los asesores de imagen), saben mucho más sobre uno que uno mismo. Y en esta ventaja (sus propios conocimientos y el desconocimiento de los receptores) basan su eficacia. Se suelen hacer discursos excesivamente racionales sobre contenidos o sobre condicionamientos económicos o políticos, olvidando que el análisis del fenómeno de la televisión y el estudio de su influencia sólo pueden hacerse poniendo en primer término las dimensiones de la emotividad, de la fascinación, del deseo, de la magia, incluso de la sinrazón con la que se suele vivir la experiencia televisiva. Por ello, “la televisión ejerce su poder de socialización desde los parámetros de la seducción” (Ferrés, 1996:102-103).

¹⁵⁶ Sobre la manipulación en los medios de difusión masiva, Manuel delgado, escribe que “una de las características más significativas de nuestra época es la omnipresente influencia de los media sobre nuestras vidas, especialmente la de los audiovisuales cuyo carácter esencialmente masivo ha llegado a convertirlos en los principales constructores de la realidad vigente. La habitual connivencia de intereses entre quienes controlan esta vocacional “industria de conciencias” y quienes nos gobiernan desde la cúpula del aparato del Estado ha terminado convirtiendo a la propaganda y a la manipulación informativa en prácticas totalmente habituales, incluso en posmodernas democracias liberales como la nuestra”. En El Peso de la calle, 13 de marzo de 2004, pág. 31.

La fascinación es, en efecto, el camino abierto a la penetración de las mentes, a la interiorización de modelos, porque cultiva el narcisismo del sujeto, porque activa, como dice Ferrés (1996: 45) “las dimensiones más profundas y contradictorias, para bien y para mal: tanto las pulsiones de vida como las de muerte, tanto Eros como Tánatos”. Esto se traduce, en el discurso televisivo, en una misma fascinación hacia objetos antitéticos, ya sea fascinación hacia objetos supereufóricos (la vida color de rosa en las tertulias de tarde), o, al contrario, hacia objetos problemáticos y manifestaciones anónimas (violencia, muerte dolor). La seducción es profundamente ambivalente porque reúne en una misma relación de fascinación tanto la belleza como la monstruosidad, lo positivo como lo negativo.

Para conocer como se está implantando un nuevo modelo de televisión –el llamado Neotelevisión–, fundamentado en el entretenimiento y la diversión, cabría preguntarse, ¿en qué medida es compatible este modelo con una función didáctica, una misión educativa? Partiendo del tópico según el cual hay que “enseñar divirtiendo”, intentaremos mostrar los peligros de canalización que esto acarrea y el riesgo de que la *diversión* aparte la *reflexión*. Tres fenómenos claves ilustran esta tendencia (Ferrés, 1996: 36-37):

a. La conversión del mensaje televisivo en objeto de gran consumo que satisface el narcisismo del público y condice a una trivialización de los contenidos: planteamos el peligro que puede representar la seducción que ejercen estos productos en el público, en particular en el público infantil, y la relación entre entretenimiento y seducción.

b. El segundo fenómeno es la crisis de contenidos y de credibilidad que se deriva de ello: cómo el medio se ve contaminado por el modelo del entretenimiento, el imperativo de la diversión, la tendencia a convertir la realidad en espectáculo y su capacidad para construir relatos. De ahí parten los nuevos imaginarios televisivos.

c. El tercer fenómeno se traduce en la subsiguiente evolución de las formas y de los formatos televisivos, que instauran una realidad

generada por el propio medio, de la que ya no se sabe se es verdadera o falsa.

Por consiguiente G. Imbert (2001:40), asegura que “se han producido mutaciones en el discurso público, que bien podría adecuarse al modelo valenciano. La Neotelevisión se caracteriza por una serie de rasgos que la distinguen de los tradicionales discursos públicos (discurso político, discurso periodístico)”:

a) Ausencia de un sujeto único de saber: esto es, un sujeto que orienta, ordena, clasifica y, en una palabra, unifica. Es un discurso polifónico, discurso que se traduce por una pluralidad de voces, discursos evanescentes del que nadie se responsabiliza, que nadie asume como discurso propio. Proceso *sin sujeto ni fin*, se ha dicho que es antes que nada un dispositivo que sirve de *cámara de eco*, de reflejo más o menos amplificado del imaginario colectivo, el discurso televisivo puede, por ende, responder a una necesidad social. Nosotros no queremos negar su función social de identificación y proyección, aunque ésta sea fantasmática.

b) La ausencia de homogeneidad es otra característica del discurso televisivo, tanto en lo que se refiere al público como en lo que atañe a los contenidos. De ahí un discurso sincrético que ofrece un mensaje *para todos los públicos*, nivelado, pero heterogéneo.

c) Última característica: la polivalencia de formas. G.Bettetini (1986:41) y M.Wolf (1994:59), han destacado la importancia del contenedor (el envoltorio, el continente), como ocurre en los programas-envase, caso de los *talk shows* por ejemplo: forma-programas capaz de encerrar todos los contenidos, forma englobante. Una vez más prevalece la forma sobre el fondo y no hay lugar (lugar específico) para lo educativo,

que se ve diluido en el entretenimiento, englobado en la fórmula genérica del *educar entreteniendo*.

El catedrático de comunicación audiovisual Román Gubert (2004:60) al respecto del modelo de Neotelevisión indica que, “el paisaje audiovisual correspondiente al actual desorden televisivo, se va complicando, se presenta de espaldas a la directiva europea de televisión transfronteriza de 1994”. Empezaron a proliferar emisoras municipales y locales, legales y ilegales. La revolución digital enfrentó a *Canal Satélite* (Prisa) y *Vía Digital* (Telefónica), derrotada esta en 2003, cuando ya la editorial Planeta había cancelado su ruinosa plataforma *Quiero*.

El gobierno popular no supo gestionar aquella confusión digital, con la guerra del fútbol como fondo, aunque Francisco Álvarez Cascos consiguió consagrar a ese deporte como espectáculo nacional. La meta de la televisión a la carta se esfumaba, en un paisaje audiovisual dominado principalmente por el oportunismo y la contraprogramación. La victoria socialista de marzo de 2004 se encontró con un triste paisaje audiovisual. Puso a Carmen Caffarel como directora interina de RTVE y nombró un comité de sabios, algunos de los cuales, al parecer, nunca había tenido televisor en casa, para que propusiese un proyecto. Tras el fracaso de tantas utopías electrónicas, mordidas además por la adicción de los jóvenes a la pantalla de Internet.¹⁵⁷

¹⁵⁷ Los europeos dedican a Internet el 20% del tiempo de consumo de medios de comunicación, sólo por detrás de la televisión, con un 33% y la radio, con un 30%, según un estudio encargado por la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA), que agrupa a empresas vendedoras de medios interactivos. El estudio revela que en Europa se consume *más Internet que revistas* (8%) y *periódicos* (11%), aunque todavía sigue a distancia de televisión y radio. No obstante, el 35% de los internautas afirma que ha reducido el tiempo que dedica a ver televisión como consecuencia de la mayor utilización de la Red. El estudio, realizado a partir de 7.000 *entrevistas telefónicas* aleatorias, también revela que cuatro de cada 10 internautas se conecta a diario a la Red, y uno de cada 10 asegura dedicar más de 25 horas a la semana a navegar por Internet. Para la mitad de los encuestados, la Red es su fuente de información preferida, mientras que el 70% define Internet como la mejor forma de encontrar *lo que quieres cuando quieres*, y un 80% lo considera como el medio donde mejor se aprovecha el tiempo que se le dedica. Asimismo, el 83% piensa que la televisión tiene *demasiada publicidad*, mientras que menos de la mitad opina lo mismo de Internet. En esa línea, un tercio de los encuestados afirma que la publicidad *online* guarda relación con ellos y más de la mitad (53%) cree que las marcas de mentalidad más vanguardistas son las que anuncian en la Red. //En Estudio Europeo. Le Televisión y la radio vencen de momento a la Red. Periodista Digital.com. 13 de noviembre de 2004.

¿Qué es, en suma, hoy la televisión? Unidad y trinidad. La expansión de la televisión sigue su *big bang*. Se multiplican los canales, se diversifican las ofertas, se fragmentan los públicos, se engulle aceleradamente cualquier contenido. Las plataformas dan origen a las comunicaciones en red. Todo se hace reticular, “una malla en lugar de una parrilla: red de ofertas de contenidos, red de coberturas, red de usuarios. Son unas redes que permiten multiplicar por decenas de canales televisivos y de servicios de valor añadido” (Cebrián. M, 2004:16-17).

Es incuestionable que los modelos televisivos actuales, tanto en la creación de contenidos, el uso de que de ellos se hace, así como el papel que dentro de la sociedad tiene la información audiovisual, en tanto que capaz de modificar conductas cognitivas y psicosociales, aunque estas últimas se extienden en categorías médicas¹⁵⁸, ha cambiado para siempre. La desaparición definitiva del monopolio televisivo de naturaleza generalista, y la aparición –con esa misma estructura nacional- de las cadenas autonómicas y la consolidación de las empresas privadas, no ha dado paso a un nuevo concepto de servicio, es más, se ha incurrido nuevamente en los males que aquejaban a la ya más que denostada Televisión Española. Es decir el enfrentamiento encarnizado en busca de una competitividad de sus contenidos en busca de un rendimiento económico materializado en telespectadores. Numerosas acusaciones entre el sector privado y el sector público ha derivado en una enconada lucha que todavía hoy no ha dado visos de solucionarse. El

¹⁵⁸ El número de horas de televisión que cada niño soporta en el periodo de su infancia es muy elevado. La influencia se ejerce a varios niveles: Los niños están sentados disminuyendo notablemente la actividad física y con ello el gasto energético. Esta situación supone corregir en cantidad energética la dieta habitual de los niños para evitar problemas derivados del elevado consumo y del poco gasto (obesidad). Los niños se dejan influenciar por los anuncios de diferentes alimentos que son los que eligen para su dieta, sin medida alguna de su calidad y aptitud. Los adultos a veces tienen que resolver este problema tras auténticas batallas. Limitar el número de horas delante del televisor es lo recomendable. En: Facultad de Ciencias, Nutrición y Dietética. <http://www.uned.es/pea-nutricion-y-dietetica-I/guia/index.htm>

caballo de batalla sigue siendo la doble financiación que el sector público aprovecha para enfrentarse al privado, que únicamente se basa en la necesidad de beneficios empresariales, y por ello la comercialización de sus contenidos. El desafío de crear un verdadero servicio público ve en esta cuestión un aliado en ocasiones, pero en otras muchas una escurridiza posibilidad de bloqueo. Al respecto el llamado Comité de Sabios apuesta en sus tesis por el continuismo de la histórica doble financiación de RTVE.

Los expertos nombrados por el presidente del Gobierno dan los últimos toques a la propuesta del nuevo modelo de televisión pública que mantendrá las dos cadenas y recibirá sustanciosas subvenciones. El tiempo marcado por el Gobierno para que el consejo de expertos entregue una propuesta de nuevo modelo de televisión pública acabará el próximo mes de febrero, pero parece que este comité no va a agotar el plazo y tendrá preparado el documento con la propuesta o las propuestas para antes de Navidad. El Gobierno está trabajando en paralelo y a un ritmo acelerado en otros proyectos que completarán las transformaciones del modelo audiovisual como son la Ley del Audiovisual, la creación del Consejo Superior de los Medios Audiovisuales y la concesión de nuevos canales de televisión privada de cobertura nacional. De entre las orientaciones y propuestas de futuro que Enrique Bustamante (2002: 324) propone, que para vislumbrar un futuro más clarificador, “cree en la necesidad del establecimiento de un Consejo Audiovisual¹⁵⁹ políticamente autónomo y presupuestariamente independiente, por encima de toda sospecha partidista, capaz de coordinar y controlar la regulación de las empresas públicas y privadas, orquestando sus esfuerzos. Este organismo, coordinado de una parte con las autoridades de las telecomunicaciones y de Internet, y por otra con sus homólogos en las CC.AA., debe poseer responsabilidades irrenunciables como el control directo de la RTV pública y concesión con criterios objetivos de licencias de radio y televisión privadas”.

¹⁵⁹ La creación de una Ley Audiovisual, así como la de un órgano independiente que regule y sancione la actividad del mercado, son dos de los puntos en común que incluyen los programas electorales de PP, PSOE e IU a las elecciones del 14 de marzo, en relación con las propuestas sobre comunicación.

La postura de los distintos partidos políticos respecto a la Ley del Audiovisual en el panorama de la Neotelevisión descrito, es la siguiente:

- El PP considera necesario la aprobación de una Ley General Audiovisual para *simplificar* el marco regulatorio de la radio y la televisión “adaptándolo al dinamismo de un mercado creciente y en competencia, al entorno digital y a la convergencia tecnológica”. Además, según el PP, permitirá “estructurar el panorama audiovisual nacional, autonómico y local, garantizando el pluralismo informativo y la calidad de los contenidos”.
- El PSOE se compromete a llevar al Parlamento una Ley Audiovisual “que diferenciará la naturaleza de los medios públicos y privadas”. A su vez deberá fijar con criterios de claridad, transparencia e igualdad el régimen de concesiones y la puesta en marcha de un registro que garantice la transparencia y el control democrático de las radios y las televisiones privadas.
- IU considera necesaria la creación de una Ley de Medios de Comunicación Social frente a la “concentración de medios y sus relaciones con las agencias publicitarias”.

Respecto al Consejo Audiovisual, los distintos grupos parlamentarios se posicionan de la siguiente forma:

- El PP lo denomina Consejo Audiovisual y explica que entre sus competencias “velará por la protección de menores frente a la emisión de contenidos inadecuados en los medios audiovisuales”. Pero también que promoverá la “autorregulación” como instrumento para fomentar la televisión y los contenidos audiovisuales de calidad.
- El PSOE, que denomina a dicho órgano Consejo Superior de Medios Audiovisuales asegura que será una autoridad independiente tanto del Gobierno como de los poderes, que regule, controle y sancione,

en su caso, la actividad de todos los operadores en el mercado audiovisual, sean públicos o privados”. Sus miembros serán elegidos por el Parlamento a través de mayoría cualificada entre personas de relevantes méritos profesionales y ejercería sus competencias en todo el territorio nacional, “dejando a salvo las competencias de las Comunidades Autónomas en la materia”.

- IU, que lo llama Consejo de la Comunicación Audiovisual, propone que el mismo sea nombrado por mayoría cualificada del Congreso y del Senado y que en el mismo está representado todo el sector, los agentes sociales y los ministerios competentes.

Pero, no todo el sector profesional está de acuerdo con la creación de alguno de estos órganos reguladores. Josep M. Mainat,¹⁶⁰ director General de Gestmusic, y con respecto a la experiencia catalana, asegura “que circula el rumor de que la labor del Consell de l’Audiovisual de Catalunya es una experiencia altamente positiva y que eso también justificaría la existencia de un Consejo Audiovisual Español. Les puedo asegurar que no es cierto. La única gran virtud del C.A.C. es que, de momento, no ha molestado mucho. Se ha limitado a aconsejar, a avisar, a asesorar y, como mucho, a reprender un poquito a alguna tele local. Hasta ahora se han comportado con discreción, prudencia y sentido común, porque los actuales miembros del CAC, parecen buena gente, pero su sustitución depende de los partidos políticos y en el futuro nadie sabe lo que puede pasar”.

Aunque no es mucha la información que trasciende sobre el contenido del trabajo de los expertos que se reúnen al menos cada 15 días, se sabe por distintas fuentes del entorno que las posiciones están ya más o menos marcadas, no de forma unánime pero sí mayoritaria, a favor de un modelo de televisión pública fuerte, con una financiación mixta (una parte con presupuestos del Estado, ciertos y tasados cada año y otra con publicidad, pero todavía está por determinar en qué proporción), que mantenga las dos cadenas actuales (destinando La 2 a ser un canal cultural y de deportes, sin

¹⁶⁰ En *vertele.com*, sábado 30 de octubre de 2004. Artículo de opinión; *La inutilidad de los consejos audiovisuales*.

publicidad).

Estos serían los grandes rasgos del modelo que, además define qué es el servicio público, el sistema de nombramiento del director general (que se propone que sea el Parlamento) y la necesidad de separar la contabilidad de costes de los recursos destinados al servicio público de la otra destinada a recursos comerciales (requisito, por) lo demás, exigido por la Comisión Europea.

El consejo de sabios no se va a pronunciar, al menos directamente, según las fuentes consultadas, sobre un tema espinoso y difícil que comparte modelo con RTVE: el de las televisiones autonómicas, que son públicas, pero cuya titularidad corresponde a las Comunidades Autónomas. Precisamente, en relación con este tema y con sentido de la oportunidad, la directora general de RTVE, Carmen Caffarel, propuso un pacto de colaboración entre RTVE y las autonómicas “para optimizar medios materiales y humanos y dejar a un lado la competencia actual”. Lo hizo en un reciente foro sobre *El Espacio de las Radiotelevisiónes Públicas en el Tercer Milenio*, celebrado en Madrid en presencia de cuatro directores generales de otras tantas cadenas autonómicas.

En cuanto a la televisiones autonómicas, aunque la diversidad de sus presupuestos y costes, sus ingresos y niveles de endeudamiento impiden generalizaciones, estructuralmente el diagnóstico es muy similar al de TVE tanto desde una perspectiva económica como política, aunque haya que subrayar los esfuerzos de algunos entes autonómicos, como el catalán y el vasco, en el establecimiento de contratos-programas y carta de servicios públicos, así como en el pluralismo y democratización de sus Consejos Audiovisuales y de administración. Por otra parte, la proliferación en curso de canales autonómicos en nuevas regiones (Canarias en 1999, Castilla la Mancha en 2001) o en proyecto (Aragón, Navarra...) amenaza con incrementar la dispersión de recursos de la televisión pública, aunque resulte justificada por demandas y discriminaciones regionales. En esta línea, y pospuestos por el momento los proyectos privatizadores del gobierno del PP (al que los Gobiernos de Valencia y Madrid se apresuraron a adherirse) el surgimiento de un nuevo modelo mixto desarrollado por la TV Canaria, pero que podría ser

seguido por otras regiones (Navarra, Aragón....) plantea la difícil coherencia entre una televisión pública y la lógica dinámica de beneficios de sus socios privados; además; se abre el interrogante de si es posible cumplir las misiones del servicio público cuando resortes fundamentales como la producción propia o la programación se escapa de su control. Lo que queda claro es la “ausencia de una autoridad independiente” (Bustamante, 2002:324) ya que con una Comisión del Mercado de Telecomunicaciones sin competencias reales ni autonomía, que sólo contribuye a acrecentar la dispersión y descoordinación de funciones respecto a la televisión y el audiovisual: (el Ministerio de Ciencia y Tecnología se ocupa de la regulación y uso del espectro, la CMT (dependiente del Ministerio de Economía) parece velar por la libre competencia y el Ministerio de Telecomunicaciones o Fomento guarda responsabilidades en la vigilancia de los contenidos, sin contar a la SEPI (Ministerio de Economía) o al tribunal de la Competencia, ni a los Gobiernos autónomos. Al margen de esta posible colaboración el tema de fondo, de carácter político, puede resumirse en la pregunta: “¿si cambia el modelo de RTVE, se adaptarán también al nuevo modelo de televisión pública las televisiones autonómicas?”. Los gestores de cadenas autonómicas no entran directamente en esta discusión pero se muestran partidarios de que se aclare cuanto antes el nuevo modelo. Francisco Campos, director general de Radio y Televisión de Galicia, entiende que hay que cerrar cuanto antes el debate sobre la televisión pública “buscando una nueva hoja de ruta que requiere un pacto político”. Rafael Camacho, director general de Canal Sur, defiende una financiación mixta, proporcional y transparente y estima que deben colaborar a este fin las televisiones privadas “porque disfrutan de un sistema de oligopolio en relación con la publicidad y porque no tienen el coste de oportunidad de las públicas”.

Manuel Soriano, director general de Telemadrid, dice que “hay que enmendar los errores que han cometido los entes públicos televisivos: una financiación mixta desbocada y sin límite, una programación estrictamente comercial y un doctrinarismo turnista”. Pedro García Gimeno, director general de Radiotelevisión Valenciana, pide “que la televisión pública tire de la

digitalización”.¹⁶¹

Se produce por todo ello una grave oposición entre el sector público, - que lejos de ofrecer un valioso servicio educativo y cultural, se vanagloria de unos altos índices de audiencia gracias a la exposición de una programación que ya no sólo lejos, sino desorientada y obtusa, se justifica en la búsqueda de una audiencia desorientada y crítica-, y el sector privado -cuya labor legítima de dar buenos resultados a un consejo de administración ávido de una producción rentable-. La confusión ante el telespectador está servida. Y éste, perdido en la heterogeneidad de la programación busca reductos especializados, cúmulos de calidad y de un entretenimiento ético. La masa se disuelve, en pos de una programación desintegrada en temas de interés personal.

Y con todo ello, emerge con fuerza la convergencia de la televisión con otros medios, dentro de la tendencia más amplia a la convergencia multimedia. La multiplicación de canales ha incrementado las ofertas de contenidos, pero no se ha producido un aumento en la calidad. Desde el interior de las organizaciones se autopromocionan las excelencias y atractivos de sus programaciones, pero desde ámbitos críticos y académicos de la sociedad no se acaban de apreciar tales bondades y aparecen con frecuencia ataques contra el deterioro cultural que presentan. Vivimos momentos de transformaciones complejas. La televisión entra en una fase tan novedosa que puede hablarse ya de una segunda etapa. Ante todo pasamos de la televisión analógica a la digital.

El proceso es tan acelerado que en pocos años se eliminará el calificativo digital para referirnos a la televisión como algo que incluye lo digital, como ocurrió con la televisión el color. Es necesario plantearse ya la hipótesis de que con la llegada de la digitalización la televisión adquiere un impulso insospechado. Sus resultados empiezan a verse en las redacciones informatizadas y en los demás procesos de producción, almacenamiento, difusión y recepción, en la multiplicación de canales, en el nacimiento de las plataformas como grandes congregaciones de canales temáticos y ofertas de

¹⁶¹ En Expansión. Com. ECONOMÍA Y POLÍTICA. Política 09/11/2004. “El ‘consejo de sabios’ apuesta por la doble financiación de RTVE”.

servicios, en la expansión de la galaxia de los satélites, del cable y de las ondas terrestres, y nos aproximamos a marcha acelerada a las convergencias de tecnologías, de medios y de servicios que suponen un cambio estructural en el paradigma comunicativo con profundas repercusiones en las organizaciones empresariales, en las políticas y estrategias de funcionamiento, en los contenidos, en los tratamientos y en los procesos de recepción. Las plataformas dan origen a las comunicaciones en red. Todo se hace reticular, una malla en lugar de una parrilla: red de ofertas de contenidos, red de coberturas, red de usuarios. Son unas redes que permiten multiplicar por decenas de canales televisivos y de servicios de valor añadido. La televisión se adentra en un horizonte más amplio, en una situación de convergencias tecnológicas, comunicativas, económicas y empresariales. Es un proceso tan profundo que concierne a una sociedad bautizada, con diversidad de nombres y que apunta a cambios radicales, no de mera evolución. Es el cambio de la era industrial a la era de la información, en la que los medios de comunicación, y en particular la televisión y, sobre todo, sus nuevas dimensiones, juegan un papel trascendental. Todo ello se aglutina en torno a los tres modelos siguientes:



Con respecto al paso del modelo generalista al multitemático, Nicholas Negroponte afirma; “hasta la fecha, todos los medios de comunicación tienen la propiedad de limitar la expresión por el hecho de lo que es y no es posible dentro del ámbito de su tecnología; algunas personas dirán que los ordenadores no hacen esto lo suficiente. Por ejemplo, me dicen constantemente que los instrumentos Músicales hacen su música más agradable por su limitado vocabulario acústico, mientras que la música por

ordenador es puro ruido por la falta de restricciones acústicas. (...) El diseño gráfico por ordenador está extrañamente atrapado en un espacio que ni tiene una expresión plenamente liberada (como la música por ordenador) ni un léxico controlado. (...). Hoy en día el diseño gráfico está atrapado en los mecanismos de la visualización informática, los protocolos de la red y las consideraciones de amplitud de banda. Estas dificultades desaparecerán con el tiempo, pero no es obvio que el resultado te vaya a satisfacer más que ahora que te sientes atrapado, ni que el mundo gráfico vaya a ser más hermoso”.¹⁶²

Son modelos diferentes, pero la concepción original sigue vigente. Es la televisión que programa contenidos y ofrece servicios. Puede ser una televisión compuesta de múltiples programas o de un solo programa, como sucede con las experiencias de transmisiones en directo de 24 horas durante 101 días del concurso *Gran Hermano (Big Brother)*.

Con este panorama la dimensión analítica de la televisión se amplía enormemente. Es preciso pasar de los análisis de signos y códigos a sistemas y procesos de significación más complejos para apreciar el objeto de estudio de manera global. Mariano Cebrián (2004: 15), afirma que “se requiere desarrollar una macrosemiótica que permita afrontar el discurso televisivo en toda su complejidad organizativa de mensajes y contenidos y, además en todas las dimensiones que condicionan, amplían o restringen los marcos de significación”.

Según el mismo autor (2004: 22), “la gran expansión y multiplicación de canales, debido a la digitalización y a la compresión de señales, traerá inexorablemente nuevos procesos expresivos”. Estos Son:

a) *De la expresión audiovisual a la televisiva*, “como ya se desarrolló en la obra *Información Televisiva*” (Cebrián. M, 1998: 269-292). Es el nivel de integración de subsistemas expresivos auditivos, visuales y escritos integrantes del lenguaje audiovisual y configurado por la televisión de una manera determinada mediante la fragmentación-continuidad de la programación de un canal. Tales canales “han entrado en una fase de tanta competitividad que los discursos se elaboran

¹⁶² <<Ciberpaís>>, El País, 21 de octubre de 1999, pág.19.

mirando permanentemente a los demás y desarrollando todo tipo de estrategias de seducción del destinatario” (Cortés, 1999: 72). En el audiovisual tradicional confluían discursos sonoros, visuales y escritos y la conjunción de los mismos en el audiovisual en pleno sentido. Ahora es la confluencia no ya sólo de sistemas expresivos sino también de medios de comunicación, cada uno de ellos con sus propios sistemas expresivos. Es el paso del audiovisual tradicional a las nuevas dimensiones audiovisuales. Las combinaciones llevan a la semiótica de la televisión monocanal.

b) *De la programación televisiva a las programaciones multicanales en las plataformas digitales y sistemas de difusión.* Es la integración de programaciones de diversos canales en una oferta múltiple y que constituye una conjunción de enunciados: el global de la plataforma, el particular de cada grupo proveedor de canales y el especial de cada uno de los equipos productores. Existen diversos canales que pueden clasificarse según el predominio de cada uno de los sistemas expresivos: canales de teletexto (que pueden seguirse con o sin sonido procedente de otro canal de audio o vídeo), canales de vídeo y de redifusión de programaciones generalistas de diversas emisoras de televisión, canales de audio (Músicales), redifusión de emisoras de radio y canales de servicios interactivos. Se genera una integración de canales en niveles crecientes de organización. Nacen las productoras y proveedores de canales, los cuales se incorporan a plataformas; las plataformas se integran en uno o varios sistemas de difusión: satélite, cable, ondas terrestres; cada satélite entra en competitividad con otros hasta generar una constelación; las redes de cable compiten, en España, al menos con otra oferta dentro de cada demarcación; y las ondas terrestres temáticas codificadas pugnan por la hegemonía con las televisiones generalistas abiertas, sean analógicas o digitales. Es decir, se establece un orden progresivo de controles mediante los diversos operadores que entran en funcionamiento en la cadena de valor semántico y que tiene su repercusión en el discurso televisivo.

c). *De las programaciones televisivas a los servicios multimedia.*

Es el paso de la televisión tradicional a la multimedia. Es la incorporación de la interactividad, la hipertextualidad e hipermedialidad, de los buscadores y guías electrónicas a los canales televisivos. Es el nacimiento de todo un conjunto de servicios paralelos como la videoconferencia, los teleservicios, los telejuegos. Con ello se da, además, el salto de la televisión al multimedia, con todo lo que implica este concepto y dimensión de interactividad e interrelaciones hipertextuales e hipermediáticas y de convergencia. Más que hablar de televisión tenemos que empezar a considerar que estamos ante una situación tan novedosa que sería mejor insistir en comunicaciones multimedia y convergentes simultáneas y sucesivas.

d). *De las programaciones multimedia a las convergencias de sistemas de difusión-recepción de programaciones y de servicios.* En el Libro Verde de la Unión Europea¹⁶³ sobre la convergencia tecnológica se insiste en el concepto de *cadena de valor*¹⁶⁴ referida fundamentalmente a los aspectos económico-empresariales, pero que tiene también su

¹⁶³ Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones. Medios de comunicación y tecnologías de la información, y sobre sus consecuencias para la reglamentación. Bruselas. Comisión Europea, 3 de diciembre de 1997. En <http://www.ispo.cec.be/convergencegp> (Consultado el 24 de enero de 2007).

¹⁶⁴ El trabajo digital, al que podemos llamar digitofactura por estar basado en la transformación de materia prima (información) mediante tecnología digital, consiste en movilizar y modificar información existente básicamente en la red, para generar información nueva con un significado para un cliente. La información manipulada proviene también de las redes personales o empresariales, y se emplean las diversas tecnologías de comunicación en red, sea ésta Internet o el correo electrónico. El significado para el cliente inmediato del trabajador con medios digitales puede o no estar asociado directamente a un valor económico, sin embargo lo que el trabajador crea entra a un mercado o cadena de valor económico. El producto puede o no ser un conocimiento, lo cual no altera el hecho de que el mismo tenga valor de uso por la significación que se le da. La definición de conocimiento e información, en el contexto actual, ha dado lugar a diversas interpretaciones. La que sigue es útil para ilustrar el trabajo de la digitofactura. "Conocimiento: es un saber encarnado en una persona física. Dicho de otra manera, algo que es sabido por alguien, es un conocimiento para ese alguien. El conocimiento está en la base de las competencias de todo individuo. Información: es también un saber, pero no encarnado en un individuo el cual produciría de otra manera si lo poseyera. La información no puede ser utilizada sino a partir de un intercambio o de extraerla de un soporte que la pone a disposición del individuo. Los individuos deben transformar las informaciones en conocimientos propios para poderlas utilizar".

En <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=8#18> (Consultado el 12 de marzo de 2007).

implicación en los aspectos ideológicos. Junto a la *cadena de valor económico* está la cadena de valor semántico. En dicho informe se señala; la plataforma red y el entorno de consumidor/usuario constituyen dos elementos de la cadena de valor o del suministro que lleva de la creación de contenidos a su entrega final a los clientes, pasando por el acondicionamiento de los contenidos y el suministro del servicio. Este concepto de cadena de valor resulta útil para analizar el comportamiento de las empresas y los mercados a la luz de la convergencia. Actualmente, las empresas suelen estar presentes en uno a más elementos de la cadena de valor. Algunos consideran que la convergencia inducirá a muchos de los agentes del mercado a estudiar la posibilidad de entrar en actividades distintas de su negocio fundamental y piensan que esta tendencia se aprecia ya en algunas de las adquisiciones y fusiones más recientes.

La cadena de valor semántico se organiza del siguiente modo:

- Secuencialidad entre programas para constituir la programación de un canal.
- Transformación de los programas de las programaciones convencionales o generalistas en canales temáticos. De cada programa específico anterior emerge ahora un canal especializado en tal contenido.
- Paso de canal a múltiples canales.
- De los canales especializados se salta a las ofertas integradas por géneros de contenidos: paquete de cine, paquete de deporte, de arte, etc.
- De múltiples canales de televisión se va a los servicios multimedia integrados o hipertelevisión.¹⁶⁵

¹⁶⁵ El objetivo particular es analizar los servicios que nacen con la digitalización de la televisión como apoyo, ampliación o aportación de otras informaciones paralelas a los programas de televisión. En unos casos pueden tener autonomía, pero nacen para acompañar a los contenidos televisivos. Por este motivo, se habla de convergencia de contenidos y servicios. Se crean servicios para dar un valor añadido a los contenidos. No se entra todavía en Internet ya que esto supone la convergencia de la televisión con Internet. Es algo que aparece en la

- De las plataformas se pasa a los sistemas de difusión-recepción: satélite, cable, terrestre.

- De las plataformas audiovisuales se cruza a las de comunicación. Es la entrada en los multimedia y los procesos convergentes.

Con ello, y como afirma Mariano Cebrián en el texto antes citado, emerge, pues un universo de relaciones tecnológicas, empresariales y de contenidos. La semiótica televisiva va más allá del análisis de los signos presentes para adentrarse en la significación de todo cuanto soportan dichos signos y códigos. La televisión convencional cubría todos los aspectos del proceso: la producción (salvo los programas adquiridos en los mercados nacionales e internacionales), la programación, la propiedad de la red, la difusión, y era la que mantenía, aunque de manera escasa, el contacto con la audiencia. Las nuevas tecnologías rompen con este esquema y cada uno de los eslabones de la cadena se multiplica en diversidad de elementos.

Por todo ello, queda claro que la expansión masiva en televisión de contenidos, podríamos considerar, como poco *cultos* o *educativos*, dependerá de la política empresarial que el centro de producción mantenga frente a sus accionistas. Según Mariano Cebrián, se tilda a la televisión generalista de telebasura (Bueno, 2002: 55).

Hay parte de la programación a la que puede aplicarse tal calificativo. Pero no tiene por qué ser así y menos aún en una televisión pública. La audiencia consume aquello a lo que se le ha acostumbrado.¹⁶⁶ Hay un dirigismo, una educación de la audiencia que se introduce y se alimenta por el mantenimiento de determinados programas que gustan. Pero está por demostrar que no gusten otros. Los canales se aferran al éxito y les cuesta cambiar. En cuanto experimentan una fórmula y ven que no es bien recibida

televisión multitemática para incrementar la información. Surge dentro del propio sistema de televisión y no como algo procedente del exterior. Es el inicio de la hipertelevisión. CEBRIAN, M. (2004), *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona. Paidós Pág. 177.

¹⁶⁶ Otra cuestión son los contenidos relacionados con lo ilícito y lo nocivo, un debate que también se ha abierto en Internet. Véase una aproximación a este planteamiento en; MARÍN Peidro, L. (2000). Los contenidos ilícitos y nocivos en Internet. Madrid. Fundación Retevisión.

por la audiencia, inmediatamente la sustituyen por otra sin dejar tiempo a su penetración. La prueba de que los gustos son variados se halla en que cuando algún canal ofrece otro contenido y gusta a la audiencia, los demás canales, en lugar de buscar otros contenidos, prefieren apostar por uno similar al del éxito y reorientan su programación hacia tal producto. Se hace el mínimo esfuerzo por la búsqueda de ideas renovadoras.

Respecto a las estrategias de comunicación y de su conveniente renovación teórica, se han debatido en el II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación.¹⁶⁷ Estas innovaciones en el campo de la teoría estratégica vienen dadas por las siguientes causas:

- Vivimos un mundo cada vez más marcado por la incertidumbre.
- Los sesgos economicistas y las limitaciones de la actual teoría estratégica producida desde el *management*.
- Las carencias de modelos estratégicos adecuados para aquellas situaciones en las que se producen variaciones en los modelos de referencia.

Por ello para crear estrategias en el modelo de comunicación para la educación se concluye:

- La necesidad de conocer las gramáticas de los medios para aprender a leer el mundo. Se propone repensar la educación desde la comunicación enseñando a mirar y a que cada sujeto aprenda a construir sus propios relatos de su mundo.

Suele resaltarse en los debates cómo las encuestas prospectivas de gustos chocan con los comportamientos reales de la audiencia. En las encuestas aparecen altos porcentajes que dicen que ven La 2 de Televisión Española –o en nuestro caso Punt 2-, o que siguen con asiduidad los

¹⁶⁷ II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación. (FISEC). *Hacia una nueva teoría estratégica. Investigación, modelos y experiencias*. Sevilla, 16, 17 y 18 de septiembre de 2004.

documentales; sin embargo, los datos de audiencia no manifiestan tales inclinaciones. Es posible que la audiencia mienta y prefiera contestar aquello que socialmente queda más correcto. Es decir, hay una valoración superior. También puede ser un problema de metodología de la investigación de audiencia y en particular de la representación de los diversos grupos sociales. En la investigación e audiencia se comprueba que quienes siguen estas cadenas pertenecen a clase media alta; sin embargo, en la representación de la muestra estadística este grupo tiene menor representación que el de clase media baja.

Como indica seguidamente Mariano Cebrián, se ha situado el condicionamiento económico de las televisiones públicas como elemento justificativo de cualquier tipo de programa a condición de que sea rentable y permita abordar otros contenidos. Pero la cuestión radica en que con este planteamiento se ha llegado también a la telebasura¹⁶⁸ en la televisión pública. ¿Hasta dónde está justificada esta cuestión?

Como respuesta a esta cuestión, Bustamante (2002: 216) indica que “las vicisitudes sufridas por las televisiones públicas en la década de los años noventa, con sus prolegómenos en los años ochenta, son ejemplares de una política zigzagueante, carente de modelos, nunca adaptada como resultado de un debate público y abierto, ciega a las consecuencias de sus acciones”.

De la política empresarial, de los acuerdos culturales y de la relación con los otros medios dependerá la difusión audiovisual de contenidos sobre patrimonio que pueden ser difundidos en la televisión autonómica valenciana.

¹⁶⁸ Al respecto del concepto telebasura, Miren Olabari, guionista y director del programa juvenil Ikusgela, afirma, “Lope de Vega decía: <<Si el pueblo es necio habrá que hablarle en necio para darle gusto>>. En el siglo XVII, en 99% de la población era analfabeta pero, hoy en día, incluso los políticos simplifican el mensaje y llegan a todas las capas sociales. Los más astutos han aprendido la lección y consiguen que la política nos llegue a muchos. ¿Cómo? Haciendo *Show*. Nos hacen un *reality* para las cámaras. Los debates parlamentarios, insultantes y descalificadores, aparecen en nuestros hogares como el más patético de los *reality shows*. Pero, a pesar de ello, sin la televisión difícilmente habría democracia. Sólo el *show televisivo* consigue que los que no lee la Prensa sigan un debate sobre el estado de la nación. Es una de las utilidades de la telebasura.” En *Aprender de la telebasura*. El Correo. 22 de octubre de 2004. Por otra parte, y refiriéndose también al término telebasura, Pau Rausell indica que “si atendemos a los contenidos, la producción valenciana parece que sólo ha mostrado ser competitiva en el género denominado tele-basura” En *Cultura y producción simbólica en la Comunitat Valenciana*. Universitat de Valencia. 2003. Pág. 10.

3.2. La especialización periodística en la difusión audiovisual del arte y patrimonio

El nuevo panorama de la industria televisiva valenciana, como producto de la diversificación de los espacios, debido a la aparición de distintos canales¹⁶⁹ temáticos, provocará una disminución de los espectadores, y con ello una demanda de mayor especialización temática de contenidos. El proyecto de Televisión Digital Terrestre será el colofón a todo este proceso desintegrador de grandes concentraciones de audiencias. El canal *mosaico*, como se ha indicado anteriormente, se convierte en la metáfora de la situación actual. Si en la televisión tradicional cada programa se convertía en un fragmento con autonomía del discurso general de la programación, en la oferta multicanal, cada canal se convierte en una parte o fragmento del discurso global de la oferta. La opulencia comunicacional que A. Moles conformó como profecía hace más de veinte años, se hace hoy realidad, y es ahora más que nunca cuando la información sólo es útil si uno sabe seleccionarla y evaluar su pertinencia. Por ello, la especialización en la programación sobre Patrimonio Artístico, será sin duda una necesidad imperiosa. Esta mayor especialización será directamente proporcional a la calidad del producto, tanto si se trata de la producción de contenidos como de gestión de recursos.

Los periodistas han dejado, históricamente, en manos de los especialistas en diversas áreas de la cultura (profesores de literatura, historiadores del arte, escritores, etc.) “una parcela importante del periodismo que tendrían que hacer suya o, cuando menos, compartir con ellos ahora que

¹⁶⁹ La multiplicación de canales puede llevar a la creencia de un rico pluralismo informativo. Sin embargo, no debe perderse de vista que el incremento de canales se produce en una estructura superior: en las plataformas de comunicación, unas entidades de organización y control más amplio que el de las empresas tradicionales y con un poder más fuerte de decisión. Cada plataforma puede incluir varios canales informativos pertenecientes a empresas diferentes, pero todo queda dentro de los planteamientos y objetivos globales de la plataforma. Se amplía el campo de acción, pero permanece el criterio de selección y valoración de canales de la plataforma. Es un pluralismo dentro de una ideología, de unos intereses y de un orden controlado. Cebrián, M. *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós, 2004, pp. 76-77.

los espacios dedicados a la cultura en la prensa editada en España se han estructurado plenamente como una de las facetas periodísticas más novedosas de los últimos años”¹⁷⁰. De la misma forma, Herbert Gans (1979: 167), “los periodistas valoran la novedad a partir de si esa noticia les resulta nueva a ellos mismos, asumiendo que si así es también resultará para el público”.

Dentro de la concepción de una nueva sociología del conocimiento, el término periodismo especializado, (Fernández del Moral y Esteve Ramírez, 1993: 99-100) “no es tan sólo una técnica específica de codificación de mensajes, ni mucho menos como una mera recopilación de contenidos especializados por materias, sino como una nueva disciplina dentro del nuevo corpus científico las ciencias de la información capaz de poner las bases para combatir contra la especialización del conocimiento. De ahí que al dar una definición de la asignatura y al marcar los objetivos de su programa en la formación de los futuros periodistas, optáramos por definirla como una nueva estructura informativa”.

Así, podemos introducir el término de periodismo cultural. El periodismo *cultural* puede englobar profesionalmente a lo que denominaremos difusión cultural en el medio televisivo, aunque huelga decir lo problemático del término.

Según afirma J. Rivera (1995:19) “El periodismo cultural es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las *bellas artes*, *las bellas letras*, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental”.

El especialista en Patrimonio debe concienciarse y adaptar su discurso a las características de estos medios de gran proyección, con un lenguaje asequible a quienes no tienen por qué ser conocedores de un vocabulario

¹⁷⁰ Amy Armañanzas. “La cultura, una parcela para periodistas especializados”. En Revista de estudios de Comunicación Komunikazio Ikasketen Aldizkaria Abendua 1996 Diciembre. <http://www.ehu.es/zer/zer1/10notinvarma.htm> (Consultado el 24 de febrero de 2006)

especializado e intentar transmitir las preocupaciones actuales por unos bienes que merecen la atención y el respeto de toda la sociedad¹⁷¹. Sobre la especialización en el periodismo cultural, y sus consecuencias directas, Bourdieu (1997: 23), afirma que “la influencia del campo periodístico sobre los campos de producción cultural -particularmente en materia de filosofía y ciencias sociales- se ejerce principalmente a través de la intervención de unos productores culturales situados en un lugar incierto entre el campo periodístico y los campos especializados -literario, filosófico, etcétera-“.

Pero consideramos a sí mismo que si bien es cierto que el periodista, - en este caso audiovisual- debe permanecer en el terreno de lo comprensible cara a la audiencia, su especialización debe estar acompañada en cada momento de un bagaje adecuado para tal fin. Este mismo argumento es considerado por María Dolores Meneses Fernández al afirmar que “la formación en los conocimientos y en los métodos de las Ciencias Sociales, en Historia, Antropología, Etnología y Sociología, es lo que permite al periodista seleccionar, contextualizar, narrar y analizar los hechos históricos y culturales antes de trasladarlos al soporte periodístico; y le permite hacerlo con una perspectiva amplia, crítica y abierta para sortear los riesgos de caer en lugares comunes. Más ahora que lo intercultural penetra en el temario periodístico removiendo el discurso intracultural, sobre todo en zonas de fuerte inmigración”¹⁷²

En el Informe del Consell Valencià de Cultura sobre la divulgación científica en la televisión pública valenciana y en general, de 23 de diciembre de 2005, (anexo 6), la Comisió de les Ciències del Consell Valencià de Cultura “se sensibiliza con las capacidades que sobre esa disciplina puede presentar la televisión autonómica valenciana. La lógica relación entre la difusión de la cultura y el acercamiento al gran público de las posibilidades que las

¹⁷¹ Respecto a la distinta tipología de periodismo especializado y su influencia social, la periodista Gema Reimundez, directora del diario gratuito de salud El Global, afirma que “para informar de salud es mejor un periodista especializado que un profesional de la medicina”. El Global, 3 de mayo de 2005.

¹⁷² En “Contenidos culturales identitarios: un ámbito temático para el periodismo especializado”. FERNÁNDEZ, Sanz, J.J, SANZ. C, RUBIO, A.L. (2006): *III Congreso Internacional de Periodismo Especializado*. Guadalajara. Pag. 32-33

Tecnologías de la Información y la Comunicación pueden ofrecer al desarrollo de contenidos audiovisuales justifica el trabajo de esta comisión. También se hace una relación entre los profesionales de los medios de comunicación y la comunidad científica, insistiendo en la necesidad de crear un periodismo especializado que materialice de forma correcta todas las tesis científicas con una narración coherente -en este sentido coincide con las tesis que sobre la necesidad de un periodismo especializado en patrimonio cultural se desarrollan en la presente investigación-“.

Estos intelectuales periodistas¹⁷³, que utilizan su doble pertenencia para sortear las exigencias específicas de ambos universos e introducir en cada uno de ellos unos poderes mejor o peor adquiridos en el otro, están en disposición de ejercer dos efectos importantes:

- Por una parte, introducir formas nuevas de producción cultural, situadas en una zona mal definida entre el esoterismo universitario y el esoterismo periodístico.
- Por otra parte, imponer, en particular a través de sus juicios críticos, unos principios de valoración de las producciones culturales que, al conferir la ratificación de una apariencia de autoridad intelectual a las sanciones del mercado, y al reforzar la propensión espontánea de determinadas categorías de consumidores a la *allodoxia* -el hecho de tomar una cosa por otra-, tiende a reforzar el efecto de los índices de audiencia o de la *bestseller list* sobre la recepción de los productos culturales y también, indirectamente y a medio plazo, sobre la producción, al orientar las decisiones (las de los editores, por ejemplo) hacia productos menos exigentes y más vendibles.

Y pueden contar con el apoyo de aquellos que, al identificar la *objetividad* con una especie de mundología de buen tono y de neutralidad ecléctica respecto a todas las partes implicadas, toman unos productos de

¹⁷³ Habría que poner en otro apartado, dentro de esta categoría de lindes confusos, a los productores culturales que, según una tradición que se instauró a partir del nacimiento de una producción *industrial* en materia de cultura, exigen de las profesiones del periodismo *medios de existencia* y no poderes (de control o de consagración, en particular) susceptibles de ejercer sobre los campos especializados (efecto Andrei Zhdanov).

cultura media por obras de vanguardia o denostan las investigaciones de vanguardia (y no sólo en materia de arte) en nombre de unos valores de sentido común¹⁷⁴; pero éstos, a su vez, pueden contar con la aprobación o incluso la complicidad de todos los consumidores que, como ellos, son propensos a la *allodoxia* por su alejamiento del crisol de los valores culturales y por su propensión interesada a ocultarse las limitaciones de sus capacidades de aprobación –según la lógica de la *self-deception* que tan bien refleja la frase que a menudo emplean los lectores de revista de vulgarización: “*Es una revista científica de muy alto nivel y accesible a todo el mundo*”.

Si el ritmo de los especialistas del Patrimonio en los trabajos de investigación, de excavación o de restauración acusa, por necesidades científicas y técnicas, una cierta lentitud, los Media viven a un ritmo mucho más corto. La explicación suministrada por los científicos, una vez traducida por los Media, pueden tener con respecto a la opinión en general y de los que deciden en particular, en su papel pedagógico y positivo, un impacto considerable.

Unos y otros son responsables, en grado diverso, de la salvaguarda y de la protección del Patrimonio frente a los ciudadanos que son cada vez más conscientes de los peligros que pesan sobre los testigos del pasado. La acción a favor de la preservación del Patrimonio comienza por esa toma de conciencia de los problemas que hoy se plantea¹⁷⁵.

Dirigirse al gran público significa, muy a menudo, adaptar un lenguaje de especialistas a una realidad de lo cotidiano. Y casi siempre, abandonar criterios elitistas de lenguajes especializados o técnicos e intentar transmitir las preocupaciones actuales, los proyectos, los descubrimientos y los trabajos a una población preocupada en general por otras cuestiones. En los Media, “cuyo interés por el Patrimonio es relativo, sobre todo en los medios de gran difusión, deberían ser conscientes de la enorme fuerza con la que penetran en los hogares y en la mentalidad de los hombres”¹⁷⁶. Por otra parte, los medios de

¹⁷⁴ Muchas impugnaciones recientes del arte moderno apenas se distinguen, salvo tal vez por la pretensión de sus considerandos, de los veredictos que se obtendrían si se sometiera el arte de vanguardia a plebiscito o, lo que viene a ser lo mismo, a un sondeo de opinión.

¹⁷⁵ Phares.J. Vice-Presidente de ICOMOS internacional, 1997.

¹⁷⁶ Ídem. Al respecto de la especialización, el documental *Últimos días de Pompeya*, un

comunicación, en su interés por el Patrimonio, deben ser conscientes del gran impacto que producen en los ciudadanos, ya que nuestra civilización y percepción social están cada día más influenciadas por la imagen, el sonido y el lenguaje escrito. Por ello, deben tener absoluta certeza de su poder como creadores de opinión¹⁷⁷. Su labor tiene una importancia fundamental a la hora de informar, sensibilizar y crear opinión en nuestra actitud cotidiana de respeto al Patrimonio. Podríamos decir que el papel de los medios de comunicación, además de resaltar aspectos polémicos o excepcionales, debe ser completado con una labor formativa que conciencie al gran público de la necesidad de salvaguardar nuestro patrimonio¹⁷⁸.

Grande es la responsabilidad del periodista hacia una sociedad deseosa de manera permanente de nuevas formas de comunicación dentro del gran mosaico fragmentado de los mensajes que huye de la tradición más consolidada de los modos de información existentes. Del mismo modo (Fernández del Moral, J. 2004: 26) afirma que “el periodismo especializado introduce en el sistema componentes nuevos y diferenciados del tradicional sistema informativo de los medios mde comunicación, ue nos llevan a atisbar soluciones a numerosas cuestiones planteadas ya por la vieja teoría de la Responsabilidad Social, y sobre la que se sigue pasando de puntillas para no

estremecedor relato extraído de los restos humanos sepultados por el espeso y letal manto de ceniza. Mujeres embarazadas, niños llorando, hombres aferrados a una bolsa de oro, perros ladrando, soldados, esclavos, familias y amantes son los protagonistas de este documental, producido por la BBC en asociación con Discovery Channel, NDR, France 2 y la productora española Sagrera TV, dirigida por el periodista español Ramón Colom. Producción que se convirtió en el reportaje histórico más visto de la BBC, con 9'5 millones de espectadores. La gran especialización de los integrantes de la producción es claramente excepcional; vulcanólogos, arqueólogos, paleólogos y expertos en pinturas murales romanas. Entre los científicos que han participado en el reportaje figuran el arqueólogo Pietro Giovanni Guzo, uno de los guardianes de la excavaciones; la catedrática de la Universidad Autónoma de Barcelona Isabel Rodà, y el catedrático de Petrología y Geoquímica de la Universidad de Granada Fernando Bea. En *El País*, 30 de mayo de 2004, p. 76.

¹⁷⁷ Respecto a la creación de opinión que los medios de comunicación pueden desarrollar, ver *La Espiral del Silencio* (1995) de Elisabeth Noelle-Neumann. La autora estudia la opinión pública como una forma de control social en la que los individuos, percibiendo casi instintivamente las opiniones de quienes les rodean, adaptan su comportamiento a las actitudes predominantes sobre lo que es aceptable y no lo es. Su tesis acaba convirtiéndose en una importante contribución no sólo a la progresiva construcción de una historia de la opinión pública, sino también, a la comprensión del comportamiento de los votantes, o al esclarecimiento de las relaciones entre el hombre moderno y los medios de comunicación.

¹⁷⁸ En presentación y discurso de inauguración de las primeras Jornadas sobre “*Patrimonio y Medios de Comunicación*”, que se celebraron en Valencia entre los días 18 y 20 de abril de 1997. Francisco Camps, Conseller de Cultura, Educación y Ciencia en dicha fecha).

despertar a los enemigos de la libertad de expresión”.

Sobre la poca atención a esta especialización periodística por parte de las televisiones públicas, el periodista y guionista cultural de TVV Dr. Nel-lo Pellicer afirma que esta disciplina no ha estado entre las prioridades de las redacciones, aunque si que ha existido sensibilidad ante otra tipología de periodismo especializado¹⁷⁹.

Son los actores del Patrimonio y los profesionales de los Medios legítimos, junto a una política laudable por parte de la Administración competente, los capaces de consolidar una oferta sobre patrimonio histórico y artístico en televisión con una calidad, competencia y dignidad necesaria. Sobre las imposiciones hacia los periodistas, el sociólogo francés P.Bourdieu (1997:51) afirma que “poner de manifiesto las imposiciones ocultas a las que están sometidos los periodistas a las que, a su vez, someten a todos los productores culturales no significa -¿hace falta decirlo?- denunciar a unos responsables, poner en la picota a unos culpables”. Significa tratar de brindar a unos y otros una posibilidad de liberarse, mediante la toma de conciencia, del dominio de esos mecanismos y, tal vez, exponer el programa de una acción concertada entre artistas, escritores, científicos y periodistas, que ostentan el casi monopolio de los instrumentos de difusión. Sólo una colaboración de esas características permitiría trabajar eficazmente con la vista puesta en la divulgación de los logros más universales de la investigación y también, en parte, en la universalización práctica de las condiciones de acceso a lo universal.

¹⁷⁹ “El mundo de la comunicación en general y el del periodismo en particular se caracterizan, entre otros aspectos, por estar en permanente transformación. El contexto de comunicación es cambiante en función de aspectos técnicos (tecnológicos), coyunturales, etc. Todo ello condiciona las modalidades discursivas, que se caracterizan por estar siempre en un constante proceso de adaptación. Dicho esto, en el periodismo moderno siempre ha habido especialización, aunque en unos campos más que en otros. Por lo que se refiere al periodismo cultural hay que tener en cuenta que, tradicionalmente, este no ha estado entre las prioridades de los medios de masas, y de forma muy particular en los medios audiovisuales. Tampoco entre los gestores de la televisión. Al menos de Canal 9-RTVV. Aunque en este punto habría que especificar qué entendemos por periodismo cultural y qué ámbitos de la información abarca. En este sentido, tan sólo recordar de qué manera ha condicionado la elaboración de las escaletas de los informativos y las parrillas de programación las mediciones de los audímetros y los índices de audiencias que de ellas se derivan”. En entrevista personal para esta tesis doctoral, realizada el 17 de septiembre de 2007.

Las soluciones pasan por distintas medidas, entre ellas políticas, y que López Garrido¹⁸⁰ propone;

- a) Una regulación de la profesión periodística (leyes orgánicas de cláusula de conciencia y secreto profesional).
- b) Una campaña pedagógica sobre el consumidor.
- c) Ley de comunicación que desvincule a los medios de control gubernamental.
- d) Una regulación global del medio televisivo.

Según M.A. Jaramillo (1997: 146-155), “en muchas ocasiones se ofrece una visión esteticista de las cosas ocultando en cierta manera la realidad. Es fácil que de lo que se ve de una manifestación determinada en la televisión a la realidad haya cambios importantes, es un peligro continuo que se corre y que hay que saber afrontar. Al menos a mí me da la sensación de que se tiene que presentar un aspecto bonito, una cara amable, independientemente de que ésta responda o no a la realidad”.

Es el propio status público de ente Radio Televisión Valenciana la excusa para el obligado cumplimiento de sus principios, entre los cuales se han señalado algunos en páginas anteriores. La cantidad y calidad de los productos sobre esta disciplina recae de forma directa en el ámbito de actuación que se tenga desde los departamentos de programación. En la sensatez y profesionalización de los encargados de la programación recaerá indudablemente la responsabilidad de la calidad, y en la demanda social – acentuada por políticas culturales desde instancias gubernamentales- se plasmará la cantidad de esos espacios culturales. La libertad de programación, ajena a la sumisión de la audiencia, es una panacea de la que pocas empresas de comunicación gozan en la actualidad.

¹⁸⁰ Fundesco, Informes. 1994. Comunicación Social/Tendencias, Fundesco, Madrid.

Algunos autores se manifiestan con una diferente posición; “así pues, el interés de los medios de comunicación respecto al patrimonio no difiere mucho del que prestan a otros temas, está ligado al que sus clientes tienen sobre el mismo pues de ello dependen las audiencias, las ventas, los beneficios, el prestigio. Es algo que no deberá escandalizarnos, es normal y realmente lo que habría que desear es que la demanda fuera cada vez mayor. Esto no supone olvidar el meritorio esfuerzo de determinados medios, minoritarios, que tienen problemas de supervivencia pero que intentan dar a conocer parte del patrimonio olvidado” (Jaramillo, 1997: 151).

En conclusión, la especialización periodística sobre patrimonio cultural está fuera de toda duda, además de tener una clara estructura diferenciadora frente a otros modelos periodísticos. Así “el patrimonio cultural es objeto de tratamiento informativo diferenciado dentro del amplio espectro de temas que configuran la información cultura. Sin embargo, a pesar de su cada vez mayor presencia en los medios, no abundan los periodistas especializados en este ámbito temático. Consideramos que debe trabajarse en la especialización de estos periodistas capaces de una interpretación y una opinión certera sobre cualquier asunto relacionado con el patrimonio cultural, vinculando con el concepto más amplio de cultura”¹⁸¹.

¹⁸¹ MERCADO. S. M^a T. “*Informar sobre patrimonio cultural. Una especialización necesaria*”. En, III Congreso sobre Periodismo Especializado. Asociación de la Prensa de Guadalajara. Guadalajara. 2006. Pág. 231-232

3.2.1. Simbiosis entre patrimonio histórico-artístico e información. Informar y conocer para proteger.

Los Media, o los medios de Comunicación, son, por definición, los intermediarios entre aquellos que deciden y el gran público, y tienen una responsabilidad creciente tanto en lo que concierne a la difusión de la información como en lo que concierne a su participación en la escena de la formación y de la educación, que el Patrimonio Cultural y Natural tanto necesita. Una sociedad mediática en el mundo de hoy es una sociedad que se preocupa por defender las verdades y por superar las coacciones¹⁸². Por ello, “el tiempo de informar no es el de historiar. Procede mediante superposición y no por acumulación. Es del orden del palimpsesto y no del patrimonio” (Imbert, 2003:83).

Podemos generalizar afirmando que el arte debe a los medios de comunicación de masas –en su concepción historicista- su amplia difusión. La enorme explosión de informaciones relativas al arte –y a conceptos culturales en general-, a facilitado el reconocimiento de distintas tendencias estéticas, dispuestas de forma generalizada al público en general, y aportando a los críticos y estetas del arte la facilidad y velocidad que sus reflexiones hoy requieren.

Recordando la definición de Ruskin¹⁸³, la responsabilidad de la preservación del Patrimonio es, en consecuencia, un deber de cada generación con respecto a las que le suceden. Así mismo, al eminente arqueólogo, L.Vasconcelos, quien nos transmite así su sentimiento: “Cuanto más intenso es el conocimiento de la historia, más fuerte será la conciencia de las nacionalidades”¹⁸⁴.

Según declara el artículo cinco de la Convención del Patrimonio Mundial,

¹⁸² Monsieur J. Phares. Vicepresidente de ICOMOS Internacional, 1997.

¹⁸³ Según Ruskin, el Patrimonio pertenece en parte a los que lo construyeron y en parte a aquellos que aún no han nacido.

¹⁸⁴ Santos Pinheiro Nuno. Miembro del Consejo de Europa, Catedrático de la Universidad de Lousiana y directos de cátedra de UNESCO. En “*Patrimonio y Medios de Comunicación*”, Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 p.174.

“los centros de Patrimonio Cultural tienen que tener un sentido para sociedad contemporánea y no pueden, y no deben, ser una mera colección de fetiches y colecciones de especies del pasado”. Es necesario hacer hincapié en la dificultad terminológica que en ocasiones produce errores de interpretación a la hora de hablar de cuestiones sobre patrimonio histórico, del Estado o nacional:

-Patrimonio Histórico, es el Cultural Heritage, el Patrimonio Histórico, Artístico y Cultural.

-Patrimonio del Estado, es el conjunto de edificios y de bienes que son propiedad del poder público, del Estado, pero que no tienen necesariamente carácter de monumento artístico.

-Patrimonio Nacional, conjunto de bienes como el Monasterio de San Lorenzo, de El Escorial, Palacio Real de Madrid, edificios de la Corona.

Todos estos términos aunque bien limitados en su uso dentro del lenguaje jurídico y cultural, necesita obligatoriamente una aclaración para su exposición mediática al gran público, y por lo tanto su proceso mass-mediático. El especialista en Patrimonio debe concienciarse y adaptar su discurso las características de estos medios de gran proyección, con un lenguaje asequible a quienes no tienen por qué ser conocedores de un vocabulario especializado e intentar transmitir las preocupaciones actuales por unos bienes que merecen la atención y el respeto de toda la sociedad. Sobre la especialización en el periodismo cultural, y sus consecuencias directas, Bourdieu (1997:82) afirma que, “la influencia del campo periodístico sobre los campos de producción cultural (particularmente en materia de filosofía y ciencias sociales) se ejerce principalmente a través de la intervención de unos productores culturales situados en un lugar incierto entre el campo periodístico y los campos especializados (literario, filosófico, etcétera)”.

En las recomendaciones concluyentes en la reunión de ministros de los países Iberoamericanos, se acordó “destacar el papel de los medios de comunicación, es especial los audiovisuales en el desarrollo cultural y exhortar a un esfuerzo conjunto para que ellos se orienten a la promoción de los valores

culturales”¹⁸⁵

También, sería cierto afirmar que los medios deben al arte una nueva forma de presentación, una regeneración en sus presentaciones, y una enorme facilidad en sus relaciones con los acontecimientos festivos, folclóricos y de cultura local audiovisual. “El arte, es el procedimiento más económico y más compacto de almacenamiento y de transmisión de la información, una especie de lenguaje universal aceptado por una amplia comunidad” (Lotman, 1988:36).

Al hablar de cultura local audiovisual, es indudable que es necesario adentrarse a las transformaciones de los modelos, que con referencia al uso de la televisión local, se están produciendo en el mismo ámbito local. Al respecto, el profesor Mariano Cebrián (2004:236), asegura que, “la televisión local necesita transformar la difusión en una oferta de servicios de comunicación. Más que hablar de televisión habrá que tratar de insistir en las comunicaciones e integraciones en multimedia. Es absurdo ceñirse en los proyectos a un solo ámbito cuando las tendencias apuntan hacia la convergencia de redes e integración de servicios como medio”. La televisión local ha sido concebida tradicionalmente como medio de difusión en el que el emisor es todopoderoso, sin que haya espacio alguno para la participación real y el intercambio. La innovación técnica actual permite explotar una concepción auténticamente comunicativa en la que se imponga la participación, el cruce de ideas y otras formas de relación entre emisores-receptores en las que los papeles de unos y de otros se intercambian. La televisión local con sentido de servicio pasa a esta nueva dimensión comunicativa; es el desarrollo pleno de las comunicaciones interpersonales mediante la tecnología.

Las aportaciones artísticas a los contenidos informativos no cabe duda que añaden un plus de imaginación y estímulos que hace más sugerentes y atractivos los contenidos, entre ellos las informaciones que a través de los mismos se difunden. Según Domínguez (1999: 6), “aspectos tan importantes para la cultura local, como la conservación de las propias tradiciones o la

¹⁸⁵ Conclusiones de la reunión de los Ministros y responsables de Cultura de los países Iberoamericanos y recomendaciones a la III Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno. Salvador de Bahía, 9 Y 10 de julio de 1993. Punto nº 7.

representación de lo cotidiano y lo familiar, se han considerado incompatibles con los sentidos más extendidos de la información, defendidos por las principales teorías de la comunicación pública. Es decir, que un sentido de la información, muy vinculado a la actualidad y a la novedad, resulta poco adecuado para tratar lo local”.

Los especialistas o críticos del arte, que en la prensa escrita encontraron un espacio amplio de difusión de sus bases estéticas, no han visto cubiertas sus necesidades en el universo televisivo. Es en la televisión donde la solemne información artística se convierte en un subgénero crítico, escapando de cualquier control objetivo, y convirtiendo la difusión del arte en un *corpus* en el que no hay posibilidad de diálogo. La crítica del arte es entonces información del arte. En este orden de reflexiones podemos encontrar desagradables casos de desinformación artística, ya que obviar una manifestación artística supondrá como es evidente su aniquilación. En los espacios televisivos dedicados a las creaciones artísticas no caben artistas nóveles, obras de ínfimo impacto socio-cultural, y menos transgresiones culturales. Tan sólo arte establecido y creadores reconocidos. La difusión artística se convertirá entonces en una reafirmación de lo conocido, un complejo sistema de documentación donde se almacenará la información de los creadores “oportunos” o que forman parte del imaginario colectivo de la sociedad.

Georgina Cisquella, directora del programa cultural *Miradas 2* en TVE, opina que “la realidad es que los artistas buscan en las cadenas y no encuentran ninguna emisión que les pueda servir de plataforma. *Miradas 2* me parece una apuesta valiente y un trabajo de locos, pero acorde con la filosofía de una televisión pública, a pesar de las audiencias. Este programa no es ni una agenda, ni una guía del ocio, ni un vehículo para la promoción de un cantante. La idea es dar un paso más allá, contrastar lo que se hace aquí y lo que se hace fuera en una auténtica interacción cultural que convierta el espacio en un laberinto que conduce a muchos sitios, y no sólo a lo que ocurre en Madrid o Barcelona”¹⁸⁶.

¹⁸⁶ Isabel Gallo. En *El País*, 31 de octubre de 2004, pág. 39.

El crítico de arte, tan exangüe en su libertad periodística no tendrá capacidad de análisis, no disfrutará de la experiencia estética creativa necesaria para la difusión del arte, y por lo tanto no lo hará, tan sólo se limitará a enumerar imágenes y fragmentos inconexos de la realidad artística. Parece que en la relación entre los medios y el arte, será este último el que quede mermado en tanto que su calidad, ya que dependerá de la difusión que los medios le sean capaz de ofrecer. El arte, deberá entonces crear nuevas estrategias en lo esencial, y desarrollar nuevas formas de permanecer. Cuando, como ahora, se intenta hablar de Patrimonio y Medios de Comunicación¹⁸⁷ hay que tener muy claro que “están en juego muchos criterios, y muy diversos, como son, por un lado, los objetivos, múltiples y distintos de los medios de comunicación y, por otro, el complejo ámbito en el que se encuentra enmarcado el Patrimonio que depende de los poderes: políticos, eclesiásticos, económicos, civiles...no siempre bien avenidos, sino más bien enfrentados y con interés no sólo poco comunes, sino contrapuestos, y además un ámbito donde los técnicos, en la mayoría de los casos, no se ponen de acuerdo” (Concha Raga en *Las Provincias*, 19 de febrero de 2006, pág. 32).

No menos complicado supone la difusión del patrimonio artístico y cultural en un medio audiovisual. Realizar resúmenes divulgativos de amplios desarrollos literarios, históricos¹⁸⁸ y artísticos, se convierte en simples

¹⁸⁷ Las primeras Jornadas sobre “*Patrimonio y Medios de Comunicación*”, se celebraron en Valencia entre los días 18 y 20 de abril de 1997, bajo el patrocinio de la UNESCO y de ICOMOS Internacional, organizadas por la Dirección General de Patrimonio Artístico, de la Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia de la Generalitat Valenciana, Forum UNESCO/Universidad Politécnica de Valencia, Centro Universitario de Ciencias de la Información del CEU-San Pablo y el Exmo. Ayuntamiento de Valencia. Por primera vez se celebró un encuentro mundial de debate sobre la protección, conservación y promoción del Patrimonio en este ámbito y el mundo de los medios informativos, con el objeto de evaluar la situación de la comunicación de masas en este aspecto y llamar la atención sobre la necesidad de preservarlo y darlo a conocer. La elección de la ciudad de Valencia como sede de este encuentro, coincidió con la declaración del edificio de la Lonja de la Seda de la Ciudad, como patrimonio de la Humanidad; y con la conmemoración el día 18 de abril de 1997 del: “*Día del Patrimonio Mundial*” Instituido por la UNESCO. En la consideración de que los medios de comunicación pueden forzar sus mensajes en el sentido de alcanzar la mayor protección del Patrimonio, se convocó a expertos, mecenas, periodistas, autoridades, profesionales estudiantes de postgrado y público interesado, a participar en estas jornadas. (Según JARAMILLO, M.A. (1997). *Patrimonio y medios de Comunicación. Jornadas sobre Patrimonio y Medios de Comunicación*. Valencia 18 de abril de 1997. Generalitat Valenciana).

¹⁸⁸ Sobre los documentales de contenido histórica, Sira Hernández, en la Tesis Doctoral, “*La serie de TVE La Transición, como documental de divulgación histórica*”, asegura que, “los programas de históricos son un modo alternativo de documentar la historia y, además, pienso

complementos estimulantes de su propia realidad. Las adaptaciones televisivas de modelos artísticos e históricos no dejan de recibir críticas. Al respecto de la serie Memoria de España emitida por TVE; Javier Tusell¹⁸⁹ describe que “en la serie, las escenificaciones realizadas por actores son tan grotescas y agobiantes que el rastro real de la Historia en forma de imágenes –que podrían ser tan bellas y originales- se reducen a casi nada. De esta manera lo visual resulta grotesco mientras que una voz recita párrafos y párrafos que se adivinan interesantes pero cuya conexión con lo ofrecido es dudosa o puramente mecánica. Se sitúa, además en un plano distinto y superior, quizá demasiado sofisticada para el espectador poco informado”.

Por lo tanto podemos afirmar que el conocimiento y la interpretación histórica del bien cultural son el punto de partida para la participación del historiador del arte en la tutela del patrimonio. En las Jornadas Nacionales, «Historia del Arte y Bienes Culturales», organizadas por el Comité Español de Historia del Arte en 1992, ya se apuntaba en este sentido, las mesas redondas se titularon: *Conocer para Conservar, Conocer para Intervenir y Difundir para Conocer*. Se habla por tanto aquí de los cuatro niveles conformadores de la Tutela del Patrimonio (Conocimiento, Protección jurídica-Conservación, Intervención y Difusión).

En noviembre de 1998 se celebraron las I Jornadas Europeas *El acceso multimedia al Patrimonio Cultural*¹⁹⁰ en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, donde en la conclusión se expuso que “investigadores, profesionales de la enseñanza, del museo y de la empresa, gestores del patrimonio cultural, miembros de instituciones culturales y estudiantes de diversos países, reunidos en la I Jornadas Europeas en Madrid, partiendo de la convicción del valor histórico y el potencial creador de futuro de nuestro

que cada vez más historiadores son conscientes de ello. Este medio, sin embargo, cuenta con las mismas limitaciones que las fuentes bibliográficas porque, al fin y al cabo, son una selección de hechos narrados según la visión particular del realizador. La ventaja sería que la imagen nos aportara detalles que un texto no se para a describir”. En Boletín TV, 22 de marzo de 2004.

¹⁸⁹ Javier Tusell. En BABELIA. “De la imagen a la letras”. Diario EL PAÍS, 27 de marzo de 2004, pág. 41.

¹⁹⁰ En las citadas jornadas se celebraron conferencias de especialistas españoles y extranjeros, junto a más de dos centenares de participantes. El 20 de noviembre de 1998, se dio lectura al texto propuesto por el Comité Científico de las Jornadas, que derivó en la citada conclusión.

patrimonio cultural, deseamos manifestar, nuestro deseo de buscar nuevas vías de difusión y didáctica para el acceso democrático al patrimonio cultural, fomentando la consideración de que el patrimonio cultural sea considerado como algo propio y de valor irremplazable, destacando su valor histórico, ético y comunicativo, que facilite al individuo situarse en su contexto histórico, social y cultural, respetando la diversidad y potenciando la tolerancia. Nuestra preocupación por la política cultural del espectáculo en detrimento de un auténtico acceso comprensivo de nuestros bienes culturales, así como por la apropiación privada de los derechos de reproducción de las imágenes culturales. La necesidad de seguir indagando en las nuevas tecnologías multimedia como un medio eficaz del desarrollo de la comprensión, y no sólo de la admiración, del patrimonio cultural, la necesidad de impulsar proyectos de investigación sobre los efectos del multimedia en la difusión del patrimonio cultural, de desarrollo de modelos, diseñados interactivos y prototipos capaces de interesar al más amplio sector de la población sobre el patrimonio cultural y de la puesta a disposición ciudadana de las imágenes culturales. La necesidad ineludible de que las Administraciones apoyen de manera decidida una política de incorporación definitiva a la aplicación y desarrollo del multimedia al patrimonio cultural en el marco de un Plan Europeo de Nuevas Tecnologías de la Información y Cultura”.

Sin entrar en detalles sobre la enorme importancia que tiene la preservación y difusión del patrimonio artístico, como parte irrenunciable a su sociedad, no cabe duda que la actividad mediática que desde los medios (televisión) se haga de ese patrimonio, dependerá en gran manera su acogida y repercusión social.

De las “formas” utilizadas en esa difusión se obtendrá la génesis para su reconocimiento, respeto y consenso social. Amparado legalmente por textos como la Ley del Patrimonio Histórico Español, que aunque de forma muy extensa y poco definida concluye a su denominación; integran el Patrimonio Histórico Español los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques, que

tengan valor artístico, histórico o antropológico”¹⁹¹

Para avanzar en este punto, es necesario indicar qué por “patrimonio documental” se entiende (Yepes, J. 2004: 293) “el conjunto de documentos formados por toda expresión de lenguaje natural o convencional y cualquiera otra expresión gráfica, sonora o en imagen, recogida en cualquier tipo de soporte material, de cualquier época, generada, conservada o reunida en el ejercicio de sus funciones por cualquier organismo o entidad de carácter público, por las personas jurídicas en cuyo capital participe mayoritariamente el Estado u otras entidades públicas y por las personas privadas, físicas y jurídicas, gestoras de servicios públicos en lo relacionado con la gestión de dichos servicios. Además, las Administraciones Públicas pueden declarar constitutivos del Patrimonio Documental aquellos documentos que merezcan dicha consideración”

Desde organismos nacionales como el Ministerio de Educación y Cultura de la Administración Central en colaboración con las administraciones autonómicas a través del Consejo del Patrimonio Histórico¹⁹², e internacionales como COPEAM¹⁹³ y UNESCO, más concretamente FORUM UNESCO se difunden informaciones relativas al patrimonio, su conservación, protección y difusión, aportando elementos sustanciales para la configuración de un

¹⁹¹ Ley 16/985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. Título Preliminar. Disposiciones Generales, 1, 2.

¹⁹² Este Consejo es un órgano de colaboración entre las Administraciones del Estado y de las Comunidades Autónomas que tiene como finalidad esencial facilitar la comunicación y el intercambio de programas de actuación e información relativos al Patrimonio Histórico Español. Está compuesto por el Director General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, que lo preside, por un vocal en representación de cada Comunitat y Ciudad Autónoma, y por el Subdirector General de Protección del Patrimonio Histórico, que ejerce de Secretario. En el caso de reuniones monográficas sobre el Patrimonio Bibliográfico éstas son presididas por el Director General del Libro, Archivos y Bibliotecas. Se regula por el artículo 3 de la Ley 16/1985 de 25 de junio del Patrimonio Histórico Español, y los artículos 2 a 6 del Real Decreto 111/1986, de 10 de enero, de desarrollo parcial de la Ley.

¹⁹³ COPEAM. Conferencia Permanente del Audiovisual Mediterráneo. Tiene como vocación el promover el espacio cultural euromediterráneo por todos los medios audiovisuales, actuales y futuros. Y esto, en operaciones de cooperación, de coproducción, de intercambio de programas y, por lo tanto, de acciones un poco concretas sobre producción de documentales de creación o de magazines, de los que se han podido constatar, sobre todo en cada uno de los programas de televisión concernidas y especialmente en los mercados del audiovisual, que había una carencia importante de programas de este tipo, salidos de televisiones del espacio euromediterráneo.

panorama mediático adecuado para la defensa del patrimonio cultural, consolidando compromisos al respecto. Por lo tanto, estas fuentes, “aprecian el compromiso de los medios de comunicación españoles, de periódicos, emisoras de radio y cadenas de televisión, como defensores de la protección del patrimonio nacional cultural y natural”¹⁹⁴.

Numerosos han sido los seminarios y congresos organizados sobre Patrimonio Cultural. Pocas de ellos han incidido en aspectos tan importantes como la difusión de esos valores patrimoniales en los mass-media. Sin embargo, en 1998 y en Madrid se celebraron las Primeras Jornadas Europeas, así como en Oporto sólo un año después. El alcance de estas reuniones llegaron a las nuevas tecnologías de la Sociedad de la Información. “Pretendemos incidir en el análisis y difusión del fenómeno del nacimiento de una nueva cultura europea e internacional basada en el hipermedia, del intercambio de proyectos y experiencias de títulos electrónicos en soporte óptico (*off-line*) o telemático (*on-line*), de la creación de un auténtico taller de experimentación en centros pilotos, de la didáctica del patrimonio cultural a partir de la interactividad y de creaciones de realidad virtual con contenidos específicamente culturales”¹⁹⁵.

Las conclusiones de las primeras jornadas europeas “*El acceso multimedia al Patrimonio Cultural*”, versaron sobre los siguientes términos:

“Profesionales de la cultura, la educación, el museo y la empresa, gestores e investigadores del patrimonio cultural, expertos en comunicación audiovisual y en hipermedia, así como estudiantes de todos estos ámbitos, reunidos en el Congreso Internacional CULTURTEC 2000, deseamos declarar como conclusiones de nuestro encuentro:

¹⁹⁴ VI Seminario Internacional Forum UNESCO. 30 aniversario de la convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural en 2002. Intensificación del compromiso compartido, ético y operativo de las universidades. Del 11 al 15 de septiembre de 2001, Valencia.

¹⁹⁵ Definición de CULTURTEC. Culturtec va destinado a todos los profesionales de la cultura y la educación interesados en las posibilidades pedagógicas y de difusión de las tecnologías de la información, especialmente a los gestores del patrimonio cultural, a los conservadores y miembros de los gabinetes de educación de los museos, a los especialistas en el montaje de exposiciones, a los historiadores del arte, expertos en comunicación audiovisual y multimedia, a estudiantes y profesionales de empresas culturales, en suma, a todos aquellos que tienen en la cultura su especialización y centro de atención.

- La convicción de la importancia de las nuevas tecnologías de la comunicación para la consideración, catalogación, difusión y didáctica del patrimonio cultural en el seno de la denominada Sociedad de la Información y del Conocimiento.

- La necesidad ineludible de la implantación de las nuevas tecnologías de la comunicación en el ámbito educativo, con el apoyo decidido de las administraciones.

- La imparable tendencia a la interdisciplinariedad y multidisciplinariedad en el estudio y la investigación, relacionando en nuestro caso las nuevas tecnologías y las humanidades, la educación, las artes y el patrimonio cultural desde una perspectiva de integración.

- La potenciación del análisis teórico de nuestra labor en la aplicación de las nuevas tecnologías al campo del patrimonio cultural y su didáctica, convencidos de que las nuevas tecnologías nos obligan a replantear los conceptos obsoletos en la consideración del objeto o el espacio cultural, de su valor histórico, comunicativo y educativo, caminando en una nueva perspectiva comprensiva del patrimonio cultural, que integre al individuo en su pasado histórico y su presente cultural, atendiendo a la diversidad y potenciando la tolerancia.

- La necesidad ineludible de realizar la catalogación e inventario del patrimonio cultural español, de manera innovadora y sistemática, sin menoscabo del respeto a la diversidad autonómica del territorio español, por entender que el patrimonio cultural pertenece a todos los pueblos del mundo sin límites de fronteras, culturas o lenguas. Entendemos, a su vez, que una catalogación e inventario del patrimonio cultural se desarrollará cuando éstos se pongan a libre disposición pública entre la comunidad internacional, utilizando de manera preferente la capacidad de difusión de las nuevas tecnologías de la comunicación.

- Todas estas tareas y perspectivas sólo podrán llevarse a cabo con un decidido apoyo por parte de las administraciones a la investigación y a la aplicación de las nuevas tecnologías al campo de la educación y del patrimonio cultural.

El espectro de conocimiento¹⁹⁶ que el individuo posee referente al hecho artístico obedecerá de la formación o información recibida mediáticamente. Su sensibilidad así, estará condicionada por los impactos informativos que al interesado lleguen. Es por esta razón por la que han quedado relegados ciertos aspectos artísticos e incluso etnográficos de nuestra cultura. Material de una riqueza etnográfica indiscutible como elementos de la vivienda tradicional, cultura agrícola local o de producción ganadera, han quedado desplazados por otras informaciones relativas a un patrimonio artístico en alza.

Se forma así una ecuación sin fin, donde lo desconocido carece de importancia, y lo demandado responde a una oferta previa. Por ello el conocimiento y la sensibilidad que de los distintos aspectos culturales propios de un pueblo se tenga (incluido el artístico) quedará subordinado a su presencia mediática. Al respecto, M.A. Jaramillo (1997:146) afirma que “son los medios de una determinada sociedad, que actúan de acuerdo a los que se suponen son los intereses de la misma, y si esta no está sensibilizada por estos temas, los medios no lo estarán mucho más. El estado actual del patrimonio no es sino consecuencia del conocimiento que de él tienen los pueblos, como usufructuarios y beneficiarios que son”.

No cabe duda que en la actualidad los medios, como empresas de comunicación, tienen como *ley motiv* su creciente interés económico, y “generalmente a la televisión se la considera una tecnología y, por tanto, algo que viene de fuera y altera el contexto social tradicionalmente aceptado. Este tipo de conceptualización dificulta la posibilidad de un análisis más a fondo del papel de la televisión –juntamente con otros agentes socializadores- en la

¹⁹⁶ La formación y la información constituyen los dos motores de la salvaguarda, de la protección y de la valoración del Patrimonio, fragilizado por los ataques cotidianos. (J.Phares. Vice-Presidente ICOMOS Internacional, 1997),

práctica y la percepción de la realidad¹⁹⁷ social. Por este motivo existe todavía una fuerte tendencia a considerar a la televisión como *no cultura* y pensar en los contenidos televisivos únicamente como el resultado de intereses económicos”¹⁹⁸.

Pero son los medios de comunicación público, en especial Radio Televisión Valenciana, el vehículo central de este estudio. La doble financiación del ente público es un claro obstáculo para la asimilación plena de sus obligaciones culturales, como así reza en la ley de creación del ente. Las empresas de carácter privado están supeditadas a conseguir resultados económicos positivos. Pero las empresas públicas de comunicación, como es el caso del Ente Público Radio Televisión Valenciana deben atender a un doble objetivo, obtener buenos resultados y cumplir el objetivo social para el que han ido creadas.

Mediante la puesta en rebajas, si es que no la demolición, del intelectual crítico, lo que está en juego es la neutralización de todo contrapoder. Estamos de más todos los que tenemos la pretensión de oponernos, individual o colectivamente, a los imperativos sagrados de la gestión. Es algo insoportable. Y ahí reencontramos otra antinomia, o cuando menos una contradicción muy difícil de superar. Las actividades de investigación, tanto en el dominio del arte como en el de la ciencia, necesitan del Estado para existir. En la medida en que, *grosso modo*, el valor de las obras es proporcionalmente inverso a lo extendido de su mercado, las empresas culturales no pueden existir y subsistir sino gracias a los fondos públicos. Las radios y las televisiones culturales, los museos, todas las instituciones que ofrecen «*high culture*», conocimientos nuevos, no existen sino por los fondos públicos, como excepciones a la ley del mercado hechas posibles por la acción del Estado, el

¹⁹⁷ “Los medios de comunicación y su lenguaje icónico, fundamentalmente construyen una realidad social más preocupada por la estética que por la ética, en la que el espectáculo sin límites hipnotiza las conciencias y promueve la homogeneización del pensamiento sin permitir la crítica de las minorías o de los disidentes de las formas culturales hegemónicas”. Dr. José Ignacio Agauded Gómez. En “*Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual*”. Universidad de Huelva.

¹⁹⁸ ALBERO, M. Universidad Autónoma de Barcelona. “*Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil*”. Artículo publicado en *Comunicar*. Revista Iberoamericana de Medios de Comunicación y Educación. Nº 6, 1996, Págs. 129-139.

único capaz de asegurar la existencia de una cultura sin mercado. No se puede abandonar la producción cultural a la suerte del mercado o a la graciosa complacencia de un mecenas¹⁹⁹.

A partir de los trabajos de LeDiberder/Coste-Cerdan (1990:35) y según Bustamante/Villafañe (1986:29), se pueden plantear los siguientes requisitos para los canales públicos de televisión:

a) *Un sistema de financiación* que combine la publicidad y los presupuestos públicos²⁰⁰, para ello es necesario limitar la captación de publicidad o restringirla a determinados horarios y elaborar un contrato-programa con el Estado donde se especifique el carácter público de la emisora.

b) *Programación complementaria* con los canales privados, de forma que aumente el pluralismo real, las alternativas y no las diversas formas de contraprogramación que lo reducen. Ello implica resistir a la comercialidad y a la dictadura de la audiencia.

c) *Aspirar a una audiencia amplia* en determinados tiempos y tipos de programas y renunciar a posiciones hegemónicas a cualquier precio. Un canal no tiene carácter público si entra en la pura dinámica de la comercialidad, pero servirá más al público si es contemplado por más ciudadanos.

d) *Promover el diálogo y el pluralismo social* con interpretaciones y puntos de vista no profesionales y la atención a

¹⁹⁹ BOURDIEU, P, "En el entorno del Estado", "Libre-cambio. Una conversación con Hans Haacke", en Acción Paralela, nº 4. Ensayo, teoría y crítica del arte contemporáneo. www.accpa.org.

²⁰⁰ Respecto al debate sobre la financiación de los bienes culturales –donde podemos incluir la televisión-, Enrique Paniagua Linde, indica que "el principio general de que la cultura es incapaz de autofinanciarse en el mercado carece del menor rigor. Quiero matizar que discuto el principio general y generalizable que convierte a todos los bienes culturales en bienes públicos, a todos los servicios culturales en servicios públicos. (...) No parece dudoso que la sociedad occidental admita y justifica que estas infraestructuras sean deficitarias, particularmente las bibliotecas y los archivos, pudiendo considerarse como servicios públicos por excelencia. La cuestión radica en el volumen de recursos que hay que destinar a dichos servicios públicos y en la necesidad de una buena administración que los optimice. (...) Ni todo debe ser subvencionado, ni por el contrario, debemos someter la totalidad de la cultura a las leyes del mercado". En Cultura y Desarrollo. Concepto de cultura. Madrid. Ministerio de Cultura. Colección de Análisis y Documentos. Nº 7. Págs.17-19.

minorías, porque la participación democrática requiere un cuidado especial con los excluidos de todo tipo.

e) *Dar participación a organizaciones ciudadanos* que velen por los objetivos de servicio público y haya posibilidad del <<*derecho de acceso*>> porque los medios no son propiedad de los periodistas, sino del conjunto de la sociedad.

f) *Ofrecer información* desprovista del presentismo y de las rutinas comerciales. Ello implica una información relacionada con las formas de vida de los espectadores, que muestre las valoraciones relevantes de los acontecimientos, siendo capaz de ver procesos sociales subyacentes.

g) *Optar por una comunicación cívica* libre y crítica frente a las etiquetas, los eslóganes políticos y la subversión del diálogo público-político.

h) *Informar obre el proceso de la comunicación* y educar en la recepción crítica, dando cuenta de los mecanismos de manipulación que existen bajo ciertas noticias.

i) *Promover un entretenimiento creativo*, que sirva para estimular la imaginación y el pensamiento y no apagarlos. La televisión pública no debe ser sólo televisión educativo-cultural pero ha de dignificar el entretenimiento y el espectáculo hasta hacerlos compatibles con la cultura.

j) *Promover la producción propia*, la creación de programas enraizados en la cultura del país, la difusión de obras culturales y la investigación sobre el lenguaje televisivo.

k) *Apoyar el idioma* como portador de la identidad cultural y en las sociedades multiculturales la diversidad lingüística.

l) *Establecer mecanismos de control de calidad* y de evaluación del servicio público prestado.

En el caso del ente público radiotelevisión valenciana, el presupuesto del tercer canal se ajustará a lo previsto en la normativa general presupuestaria, sin perjuicio de las singularidades previstas en esta Ley. La financiación del funcionamiento efectivo del tercer canal de televisión se hará “mediante subvenciones consignadas en los presupuestos de las Comunidades Autónomas, la comercialización y venta de sus productos y la participación en el mercado de la publicidad”²⁰¹

Según la Ley de Creación del ente público RTVV, “la constitució Espanyola i l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana obliguen a la Generalitat, en tant que poder públic, a promoure les condicions per tal que la llibertat i la igualtat de l'individu i dels grups en els quals s'integre siguen reals i efectives; a remoure els obstacles que impedeixen o dificulten l'assoliment de la plenitud, a fomentar el desplegament de les peculiaritats del poble valencià i a facilitar la participació de tots els ciutadans en la vida política, econòmica, cultural social”²⁰²

Por lo tanto, del uso –en tanto a su calidad y cantidad- que de la información sobre patrimonio histórico y artístico se haga en la Radio Televisión pública valenciana, se establecerá el panorama cultural y educativo de la disciplina. La definición de programas educativos se ha adoptado con una gran laxitud para dar nombre a un tipo de espacios en donde no se sabe si prima lo divulgativo, lo estrictamente escolar o lo más ampliamente cultural. La escasa atención brindada en España a los programas de interés educativo ha hecho que este cajón de sastre se haya seguido utilizando de una manera más o menos relegada y de forma aleatoria. Así, “se utilizan los conceptos de “*educativo*” o “*cultural*” como cajón de sastre en el que incluir espacios sin destinatarios definidos” (García Matilla, 2003:124). La escasa preocupación del

²⁰¹Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión Capítulo IV - Presupuesto y financiación. Artículo Diecisiete

²⁰² Ley de la Generalitat Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de creación de la Entidad PÚBLICA radiotelevisión Valenciana (RTVV). Preámbulo. La Ley de Creación de la Radiotelevisión Valenciana es aprobada por las Cortes Valencianas el 4 de Julio de 1984, y en marzo de 1988 se constituye el Consejo de Administración, siendo el nombramiento un mes después del primer Director General del Ente RTVV, por el Consell de la Generalitat Valenciana.

sistema educativo público por la televisión señalaría de persistencia de una deformación “educacionista”: constreñir el sistema de enseñanza a la educación presencial y a los contenidos curriculares, en el supuesto de que la educación transcurre solo dentro de esos límites. Esta segregación de una porción tan relevante de la cultura cotidiana, supone un extrañamiento de la realidad que, ineludiblemente, afecta a la educación de la sociedad²⁰³.

El discurso de la modernidad tecnológica y audiovisual, sin lugar a dudas, ha modificado el ámbito educativo. Lo más llamativo es que la institución escolar se resiste aún a dar respuestas globales para una integración normalizada de los medios de comunicación audiovisuales y las tecnologías en sus aulas. De forma paradójica, los valores y pautas de comportamiento que ésta transmite hace mucho que dejaron de coincidir con los que en gran parte jóvenes y niños adquieren a través de los medios: la televisión, la radio, el cine, Internet²⁰⁴.

Las libertades políticas, derivadas en una mayor o menor intransigencia en las decisiones que el Consejo de Administración tome en lo referente a la política de programación no es materia para este estudio, aunque huelga decir que en esas decisiones se valorarán cuestiones que finalmente se materializarán en producciones audiovisuales sobre patrimonio artístico o culturales en general. A la hora de proponer programas y contenidos, se piensa más en lo que hará la competencia que en propio consumidor. Alguien deberá romper esta situación en el futuro inmediato, pero no sólo se trata de buscar mayor presencia de espacios culturales en los medios audiovisuales, si no de articular un modelo de desarrollo de las empresas que permita que los contenidos culturales ganen interés y por lo tanto aporte otro tipo de respuestas a este debate sobre contenidos. La cuestión a despejar gira en torno a cuál debe ser el equilibrio programático adecuado, atendiendo cuestiones de fondo, razones culturales, razones formativas y objetivos sociales. Donde debe quedar la responsabilidad que tienen planteada los medios de comunicación desde su

²⁰³ Susana Vellegia. En CHASQUI. Revista Latinoamericana de Comunicación. Nº 59, septiembre de 1997. *¿Qué pretende la Educación de la TV?*

²⁰⁴ Dr. José Ignacio Agauded Gómez. En *“Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual”*. Universidad de Huelva.

propia conceptualización, para obtener unos resultados con un nivel de éxito aceptable, manteniendo una imbricación social que contribuya a la formación del individuo en un sentido íntegro. Esto nos lleva a proponer que “al margen del trabajo que realizan los medios de comunicación de titularidad privada, deben ser los organismos de radiotelevisión públicos, tanto locales, como autonómicos y estatales, los que repateen su propuesta en el mercado, puesto que no parece que la situación actual tenga mucho sentido”²⁰⁵.

²⁰⁵ Alcalde Clemente, Eduardo. En *“Patrimonio y Medios de Comunicación”*, Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 pp.182.

3.3. Programación Histórico-Artística en Televisión. El contenido audiovisual como patrimonio cultural

Comunicar Patrimonio, no supone únicamente una actividad periodística, desvela por supuesto, un derecho de la ciudadanía, una necesidad educativa, formativa y como no, democrática. Respetar el “saber” de nuestro pasado es condición sine qua non para un correcto desarrollo como pueblo. El debate sobre la protección, promoción y defensa del Patrimonio tiene en los Mass Media su mayor aliado, y es mediante una amplia difusión, la única forma de alzar la voz, en ocasiones de orgullo, y en otras muchas de alarma.

El gran reto hoy día es materializar la vinculación del nuevo concepto de patrimonio cultural que se va implantando con las posibilidades que aporta el lenguaje de las TIC. El patrimonio cultural “no se refiere al arte o a su historia, ni a los museos, ni a la restauración y conservación de obras artísticas, es todo ello y a la vez mucho más. Habitualmente se entiende por patrimonio el conjunto de bienes inmuebles y obras de arte dignas de ser conservadas y admiradas por ser testimonio del pasado y fruto del genio creativo”²⁰⁶. Pero lo que hoy denominamos patrimonio cultural tiene hoy un alcance mucho mayor al abarcar no sólo las obras de arte visuales (pintura, grabado, escultura...) sino también la música, la danza, el teatro o los medios tecnológicos, como el cine, el vídeo, los bienes culturales de todo género, como los arquitectónicos, los antropológicos y científicos, los paisajes culturales y, lo que es esencial, el llamado patrimonio intangible, o sea, su valor cultural²⁰⁷. Del conjunto de estos elementos se desprende que los bienes del patrimonio cultural son dignos de ser conservados y restaurados no por antiguos y dignos de admiración sino por formar parte de nuestro presente –cargados de historia- y porque son

²⁰⁶ Arturo Colorado Castellary, “Nuevos lenguajes para la difusión del patrimonio cultural”. Debate e Investigación. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Nº 46. Diciembre 2003. Pág. 42-43.

²⁰⁷ Román Fernández-Baca hace referencia a “la extensión del concepto de Patrimonio, con una gran diversidad de bienes que se incorporan, más allá del concepto tradicional de Monumento u Obra de Arte, apareciendo bienes paleontológicos, científicos(...) así como los sitios naturales, jardines, parques, con valores artísticos, históricos o antropológicos”. Vid “Reflexión de la catalogación en el marco de los bienes culturales”. En Catalogación del Patrimonio Histórico. Cuadernos del Instituto Andaluz de patrimonio Histórico. Sevilla. 1995. Pág. 32

productos de las interacciones culturales, económicas y sociales a lo largo de la historia y deben ser integrados en nuestro sistema actual de vida.

La comunicación televisiva es inherente a su expansión masiva, axioma este que no cabe discutir, debido entre otras razones a la explosión multicultural que se nos presenta en el panorama massmediático, así como a la fragilidad de los cánones que representa. Y a ese público receptor de productos culturales, ¿es posible seguir invocándolo cuando la masa, tenida por homogénea a fuerza de moldearla con mensajes en sustancia idénticos para todos los individuos, se ha fragmentado en audiencias y en públicos crecientemente diversificados, halagados en su libertad de optar por catálogos y archivos impresos, audiovisuales, informativos, cada vez más amplios?

La televisión, como instrumento de aculturación dentro del gran ritual moderno, se ha revelado como el medio más eficaz para obtener de las audiencias determinados comportamientos y patrones de pensamientos homogéneos, a través de la exposición de mensajes sistemáticos y repetitivos sobre públicos muy amplios y heterogéneos. Para comprender las transformaciones culturales asociadas al ascenso de las sociedades modernas, deberíamos conceder un papel central al desarrollo e impacto de las empresas de televisión.

En cuanto a la capacidad de culturización de la televisión autonómica valenciana, el periodista de TVV, Dr. Nel.lo Pellicer afirma que “la capacidad de difusión y de divulgación de la televisión está fuera de toda duda. En este sentido, la televisión pública Canal 9, en tanto que medio de referencia en el ámbito autonómico, ha desempeñado un papel relevante, ya que a través de diversos contenidos y formatos, ha ido dando a conocer una parte del patrimonio artístico e histórico a lo largo de las dos últimas décadas”²⁰⁸

²⁰⁸ “Esta divulgación se ha dado en dos ámbitos: en el de los informativos diarios y en el de programas. También se ha dado tanto en el contexto de la producción ajena como en el de la producción propia. Ahora bien, en el caso de la difusión de este patrimonio por parte de la Televisión Autonómica Canal 9 no creo que haya respondido a una premisa de trabajo, ejecutada y mantenida por los diversos equipos directivos que se han sucedido a lo largo de los años. Dicho de otro modo, no lo consideraría fruto de una decisión estratégica de la dirección de la cadena. Más bien creo que ha dependido de las sensibilidades de los diferentes responsables que se han visto implicados en los procesos de producción a lo largo del tiempo. También sería, como otras políticas de comunicación, fruto del desarrollo de las rutinas

En una sociedad que se cree libre, el papel de los medios de comunicación ofrece unas posibilidades que no podemos, ni debemos obviar. Conocer el Patrimonio es también conocer los Medios, ya que las producciones culturales que estos posibilitan, son en sí mismo un valor patrimonial que debemos respetar.

Saber transmitir contenidos sobre Patrimonio es sin duda una alta responsabilidad, pero no lo es menos saber demandar socialmente una información de calidad con un mínimo rigor histórico/científico. La creación de información relativa al Patrimonio no debe ser sino una especialización vinculada a la profesionalización de los generadores de contenidos.

Y estos son sin lugar a duda, Comunicadores, Historiadores y agentes culturales en general. Son los actores del Patrimonio y los profesionales de los Medios legítimos, junto a una política laudable por parte de la Administración competente, los capaces de consolidar una oferta sobre patrimonio histórico y artístico en televisión con una calidad, competencia y dignidad necesaria.

Entre las especialidades de Ciencias Humanas, Sociales y de la Comunicación, se debe crear un espacio de consenso, un lugar para la reflexión donde se puedan transferir no sólo los conocimientos de un pasado teorizado, sino un posicionamiento más empírico, donde el eco de la cultura y del patrimonio llegue a toda la sociedad con una digna calidad.

Los gobiernos europeos tienen que tomar conciencia de la necesidad vital que supone crear una televisión cultural europea de calidad. No hay razón alguna para que la Europa de la imagen y de la televisión esté en poder de

productivas que se establecen en cualquier medio de comunicación, y de forma muy particular en los de titularidad pública, quienes, con demasiada frecuencia, actúan de correa de transmisión del poder que lo sustenta. En este caso, el autonómico. En este sentido, una gran parte de las producciones audiovisuales que tienen que ver con el patrimonio histórico y artístico se realizan con el fin de divulgar actuaciones arquitectónicas e intervenciones artísticas que impulsa la propia administración. En otros casos, se trata de los correspondientes montajes y exposiciones en donde se divulgan dichas intervenciones. No hay que olvidar que, como señala Pierre Bordieu (2000), la cultura es uno de los campos que han sido arrinconados en las agendas temáticas de los medios de comunicación audiovisuales. Canal 9-RTVV es un ejemplo de esta circunstancia, como ponen de manifiesto los diversos informes elaborados en los últimos años y hasta su desaparición por el Comité de Redacción". En declaración del periodista Nel-lo Pellicer para esta tesis doctoral. Realizada el 17 de septiembre de 2007.

Berlusconi, Maxwell y Murdoch. Nuestra identidad cultural debe reconocerse en esta nueva televisión, porque no queremos ver a nuestros hijos condenados a conocer mejor las calles de Los Ángeles que las de Salamanca o Burdeos²⁰⁹.

Esa información condicionada a los filtros del saber, se convertirá *per se* en un objeto patrimonial, al que deberemos procurar todas sus necesidades de conservación y difusión. La comunicación se convertirá así en una creación artística que no sólo procurará experiencias estéticas, sino por supuesto una estrategia de comunicación para la educación, siempre y cuando se garantice un estado de conservación acorde a las peculiaridades del medio.

Respecto a la conservación del patrimonio audiovisual, la solución que adoptaron otros países para garantizar la conservación de su patrimonio audiovisual ha sido la de establecer un depósito legal para los videogramas emitidos por todas sus televisiones, creando instituciones que gestionen y presten servicios tanto comerciales como para la investigación, como el Instituto Nacional de lo Audiovisual (INA) en Francia o el Archivo Nacional de Grabaciones Sonoras e Imágenes Móviles (ALB) de Suecia. En España una institución análoga debería hacerse cargo de un depósito legal similar dada la consideración de Patrimonio Documental y Bibliográfico que tienen todos los videogramas producidos y emitidos por todas las televisiones españolas, tanto públicas como privadas, en virtud del artículo 49.2 de la Ley del Patrimonio Histórico Español en el que se establece que a dicho patrimonio documental pertenecen todos los documentos generados "en el ejercicio de su función por cualquier organismo o entidad de carácter público, por las personas jurídicas en cuyo capital participe mayoritariamente el Estado u otras entidades públicas, por las personas privadas, físicas o jurídicas, gestoras de servicios públicos en lo relacionado con la gestión de dichos servicios".

²⁰⁹ Según afirmó el presidente del directorio de la SEPT (Société d'Édition de Programmes de Télévision), en alusión al canal europeo ARTE, Jérôme Climent, haciendo un llamamiento a los gobiernos europeos en 1990. La experiencia y valía del presidente de ARTE, no se pone en duda, ya que es uno de los intelectuales y animadores culturales más destacados de Francia. Fue consejero cultural y científico de la embajada de Francia entre 1980 y 1981, consejero del primer jefe del Gobierno socialista francés Pierre Mauroy hasta 1984, director del Centro Nacional de la Cinematografía hasta septiembre de 1989 y presidente de la SEPT.

Según Martínez Odriozola²¹⁰, una institución especializada en la conservación y gestión de los documentos audiovisuales en vídeo es el mejor instrumento para garantizar el acceso, difusión y transmisión de dicho Patrimonio, ya que:

a) Conservaría los documentos procedentes del depósito legal.

b) Prestaría un servicio de asesoramiento a las distintas televisiones para la mejor conservación de los documentos de sus videotecas.

c) Ejercería una labor de normalización en los archivos, tanto en su conservación como en la catalogación y clasificación.

d) Desarrollaría labores de estudio e investigación que redundarían en la calidad de las obras audiovisuales.

e) Protegería los documentos audiovisuales de dominio público de una utilización descontrolada o abusiva. Evitaría su obsolescencia técnica, transfiriéndolos a los nuevos formatos.

f) A través de la cooperación y el intercambio se recuperarían documentos generados por RTVE y que no se encuentran en sus archivos. Se evitaría la restauración de grabaciones recurriendo a copias mejor conservadas en otros archivos.

g) Se garantizaría el Derecho fundamental a la Información, al poner a disposición de los ciudadanos los mensajes contenidos en el conjunto de la producción videográfica, que de otro modo y debido a la evolución tecnológica, dejarían de ser accesibles en un futuro.

En otro orden de cosas, se propone la necesidad de conocer las gramáticas de los medios para aprender a leer el mundo. Se propone repensar

²¹⁰ MARTÍNEZ ODRIOZOLA, Edith et al.: "The Audiovisual Archives of Spanish Television Companies", por Edith MARTÍNEZ ODRIOZOLA, Javier MARTÍN MUÑOZ y Santiago LÓPEZ PAVILLARD, en *Audiovisual Librarian*, (20)2, Mayo de 1994, pp.131-136

la educación desde la comunicación enseñando a mirar y a que cada sujeto aprenda a construir sus propios relatos de su mundo²¹¹. El periodismo cultural especializado, puede englobar profesionalmente a lo que denominaremos difusión cultural en el medio televisivo, aunque huelga decir lo problemático del término. El especialista en Patrimonio debe concienciarse y adaptar su discurso a las características de estos medios de gran proyección, con un lenguaje asequible a quienes no tienen por qué ser conocedores de un vocabulario especializado e intentar transmitir las preocupaciones actuales por unos bienes que merecen la atención y el respeto de toda la sociedad. Si el ritmo que los especialistas del Patrimonio en los trabajos de investigación, de excavación o de restauración acusa, por necesidades científicas y técnicas, una cierta lentitud, los Media viven a un ritmo mucho más corto. La explicación suministrada por los científicos, una vez traducida por los Media, pueden tener con respecto a la opinión en general y de los que deciden en particular, en su papel pedagógico y positivo, un impacto considerable.

Unos y otros son responsables, en grado diverso de la salvaguarda y de la protección del Patrimonio frente a los ciudadanos que son cada vez más conscientes de los peligros que pesan sobre los testigos del pasado. La acción a favor de la preservación del Patrimonio comienza por esa toma de conciencia de los problemas que hoy se plantean²¹².

Dirigirse al gran público significa, muy a menudo, adaptar un lenguaje de especialistas a la realidad de lo cotidiano²¹³. Y casi siempre, abandonar criterios elitistas de lenguajes especializados o técnicos e intentar transmitir las

²¹¹ Conclusiones del *II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*. Parlamento de Andalucía. Sevilla 198 de septiembre de 2004.

²¹² J. Phares. Vi-Presidente de ICOMOS internacional, 1997.

²¹³ Al respecto de la especialización, el documental *Últimos días de Pompeya*, un estremecedor relato extraído de los restos humanos sepultados por el espeso y letal manto de ceniza. Mujeres embarazadas, niños llorando, hombres aferrados a una bolsa de oro, perros ladrando, soldados, esclavos, familias y amantes son los protagonistas de este documental, producido por la BBC en asociación con Discovery Channel, NDR, France 2 y la productora española Sagrera TV, dirigida por el periodista español Ramón Colom. Producción que se convirtió en el reportaje histórico más visto de la BBC, con 9'5 millones de espectadores. La gran especialización de los integrantes de la producción es claramente excepcional; vulcanólogos, arqueólogos, paleólogos y expertos en pinturas murales romanas. Entre los científicos que han participado en el reportaje figuran el arqueólogo Pietro Giovanni Guzo, uno de los guardianes de la excavaciones; la catedrática de la Universidad Autónoma de Barcelona Isabel Rodà, y el catedrático de Petrología y Geoquímica de la Universidad de Granada Fernando Bea. En *El País*, 30 de mayo de 2004. Pág. 76.

preocupaciones actuales, los proyectos, los descubrimientos y los trabajos a una población preocupada en general por otras cuestiones. Los Media, cuyo interés por el Patrimonio es relativo, sobre todo en los medios de gran difusión, deberían ser conscientes de la enorme fuerza con la que penetran en los hogares y en la mentalidad de los hombres.

El periodismo cultural es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos, y que según Jorge Rivera (1995: 28) “abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la también llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental”.

El periodista, tras asistir a los hechos, debe igualmente oír y traducir a los especialistas, y saber justificar lo bienfundado de lo que debe comunicar. El periodista no puede sustituir al especialista, pero debe saber permanecer generalista en una sociedad mediática. Es él, indirectamente, quien alimenta el primer sentimiento general de apropiación y de reapropiación del Patrimonio. Si existe alguna incompreensión entre los especialistas del Patrimonio y los Media, es porque un diálogo es necesario. Su acercamiento, dentro del respeto y la independencia a sus profesiones, es generador de servicio común. Los descubrimientos recientes, que vienen a sumarse a una herencia enorme, han desarrollado un sentimiento de adhesión al Patrimonio y han creado una sed cada vez mayor por su conocimiento. Este sentimiento estimula al ciudadano a no quedarse aislado en su propio círculo sino a adentrarse en el Patrimonio Nacional. Ya no puede ser indiferente y acusa una reacción de orgullo a una pertenencia más general. Alimentar este interés y esta espera se ha convertido en una exigencia del público²¹⁴.

No obstante, en el ámbito universitario se está comenzando a tener en cuenta este tipo de análisis del tratamiento periodístico de noticias de patrimonio cultural. Recientemente, en Asturias, se estudió las noticias

²¹⁴ J.Phares. Vice-Presidente ICOMOS Internacional, 1997.

publicadas durante tres años referentes al Castro de Llagú –antigua fortificación prerromana construida sobre un alto- situado en el centro del Principado y colindante a una cantera cuya ampliación produjo su desaparición. De forma concluyente se denunció que hubo un deficiente manejo de la información por parte de la administración, la comunidad científica y los medios de prensa. A raíz de lo expuesto, se plantearon las siguientes reflexiones²¹⁵:

I. La administración debe gestionar un plan integral de comunicación en el que se difunda y se ponga en valor los bienes patrimoniales.

II. Los científicos deben colaborar más con los medios de comunicación proporcionándoles información más general que específica.

III. Plantear la necesidad de que los periodistas adquieran una mayor formación en temas de Patrimonio.

IV. Además abogan porque los medios de comunicación desarrollen criterios estables respecto a las noticias sobre patrimonio y que, a su vez, estén en sintonía con sus propias líneas editoriales.

Los procesos por los que se hace realidad la asimilación y la difusión del conocimiento han cambiado para siempre, gestando una profunda sensación de complejidad y desintegración de los significados culturales, donde el exceso de información se enmascara como la nueva censura massmediática. Por ello, si afirmamos que la televisión es una institución pública con una inseparable responsabilidad cultural que consiste en proyectar valores simbólicos y culturales, reconoceremos pues su papel fundamental en la difusión y conocimiento de productos culturales y de Patrimonio.

El Director de Le Monde en 1997, M. Edelmann afirma que “La Prensa y los Medios deberían defender los valores del Patrimonio, ser los portadores de una buena palabra, describir los hechos y los gestos de los actores del

²¹⁵ Trabajo defendido por Rubén Martín-Lames González, titulado “Análisis del tratamiento periodístico de noticias de patrimonio cultural en la prensa diaria asturiana: el caso del castro de Llagú”, tutelado por la Dra. María Tellería Chavarri, de la Universidad SEK.

Patrimonio, explicarlos. En resumen, ser un excelente profesor de unas materias para las cuales los materiales y las certezas estarían normalmente disponibles en el comercio, lo que evidentemente, no es el caso”²¹⁶.

La difusión no es en sí la información, no son los archivos ni sus documentos, no son las bibliotecas ni sus contenidos. Tampoco es difusión la red informática ni sus fuentes. No lo son ni los medios gráficos ni los audiovisuales en sí mismo. En cuanto a la significación del término *difusión* dentro del espectro investigador que nos ocupa, M.Martín (1993: 56) indica que “difusión no es en sí ni el Patrimonio ni la necesidad del ciudadano. Difusión es una gestión cultural mediadora entre dicho Patrimonio y la sociedad. (...) La difusión, en un sentido más amplio, no es la reproducción de lo que ha sido. Podemos concluir entonces que la difusión del Patrimonio Histórico implica también, un juicio histórico”.

Sobre que estrategias adoptar para resolver satisfactoriamente una difusión cualificada de los bienes culturales y patrimoniales en general, podemos plantearnos las siguientes preguntas con una clara intención reflexiva;

- ¿Cómo diseñar una estrategia de difusión del Patrimonio que no sea sólo una operación de promoción turística, desde la conciencia de las barreras alzadas entre el ciudadano común y la obra de arte?
- ¿Cómo lograr que el disfrute del Patrimonio sea realmente autoafirmación desde una conciencia histórica, diálogo con el medio a través de la cultura y –sobre todo- experiencia estética?
- ¿Cómo afrontar una difusión del Patrimonio que no sea virtualización, conversión de la memoria y de la belleza en mercadería del tipo *fast food* cultural?
- ¿Qué condiciones de recepción se dan para el mensaje difusor del Patrimonio –sea cual sea la estrategia comunicativa que se

²¹⁶ EDELMANN, M. (Director de Le Monde). En “*Patrimonio y Medios de Comunicación*”, Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 pp.155.

elija- en el contexto de la seudocultura de masas, con el *homo videns* como receptor privilegiado?

Estas son algunas cuestiones previas a todo debate sobre la difusión del Patrimonio. Porque, de la misma forma que su conservación plantea muchas otras cuestiones, pero nunca pone en cuestión su propio fundamento de que hay piezas o conjuntos que deben ser salvaguardados y transmitidos a través del tiempo, su difusión ha de depender de una política global en lo que a la educación, el fomento y la promoción de la cultura se refiere. Porque en la difusión, el bien que se ha de preservar no es la obra, sino ser percibida, usada y gozada por el ciudadano. La situación de éste en la sociedad masivo-visual requiere que las autoridades afronten seriamente el derecho a la reflexión, al conocimiento, y a pensar sobre la belleza por parte de los ciudadanos. La igualdad de oportunidades frente al hecho cultural está en el limbo teórico de otros derechos –al trabajo, a una vivienda digna- constitucionalmente contemplados pero nunca cumplidos. Como en el caso de esos derechos, éste afecta también a la dignidad del ser humano, porque se refiere a lo que lo hace, precisamente, humano: la sensibilidad para el aprecio y el goce de la belleza, el desarrollo de sus potencias reflexivas y la conciencia de pertenencia a una especie en evolución ética e intelectual por el ejercicio de la razón²¹⁷. Pocos ejemplos existen de producción cultural y de Patrimonio en la rejilla de programación de las televisiones. Cabe indicar que, aunque esto es cierto, se han realizado ciertos trabajos sobre cultura, arte y patrimonio con un alto nivel de calidad y de rigurosidad documental. Pero no basta.

No hay duda que el interés que los medios de comunicación muestren por los temas sobre patrimonio artístico en general dependerá de muchos factores. Uno de ellos será el económico. La aceptación por parte de la audiencia que forma el universo auditor del medio es condición *sine qua non* para el mantenimiento en emisión del programa en cuestión. Ello sobre todo desde un posicionamiento de servicio público, donde el carácter público de la

217

<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaph/publicaciones/dossiers/dossier01/dossier1art2.html>. Junta de Andalucía En “Necesidad de la belleza. (Notas sobre la difusión del patrimonio en la sociedad de la comunicación masiva)”. (Consultado el 25 de marzo de 2007).

empresa de comunicación huelga decir deberá ser de esa misma naturaleza.

El creciente interés que en la actualidad están tomando los medios televisivos sobre estas informaciones dedicadas al Patrimonio y la cultura, más concretamente programas monográficos especializados sobre artistas, creaciones o elementos patrimoniales diversos es la respuesta a su vez del gran interés que la sociedad está desarrollando conjuntamente a su crecimiento educativo. Podemos considerar esta cuestión como el inicio de una verdadera conciencia social.

A partir de ese *II Congrés sobre Patrimoni Cultural Valencià*, se puede y se debe alzar la voz sobre la imperiosa necesidad que para el Patrimonio tiene el comprender las transformaciones culturales debidas al impacto de los medios de comunicación.

Las reflexiones de muchos estudiosos del patrimonio y en general aquellos que se centran en las formas simbólicas culturales, sea cual sea su naturaleza, están más cerca de modelos de rehabilitación, conservación y defensa, que en comprender las transformaciones culturales debidas al impacto que los medios de comunicación tienen sobre la cultura patrimonial. Por ello, se debería intentar indagar en las siguientes propuestas:

- La bicefalia tradicional que sostuvo las tesis entre apocalípticos e integrados, renace hoy asumiendo un carácter distinto. Recientemente, frente a las posturas maximalistas de los nuevos apocalípticos e integrados, una tercera generación ha comenzado a considerar la cultura audiovisual y escrita como dos medios no sólo compatibles y complementarios, sino también deseables desde el punto de vista social. Se trata ahora de superar el antagonismo competitivo y clientelista surgido de enfrentar la cultura de la palabra con la cultura de la imagen, de entender que el problema no es la televisión en sí, sino lo que hacemos con ella y de que, por lo tanto, la solución debe pasar por profundizar en la cultura de la imagen. Por ello, cabe preguntarse si es tan inconcebible que una producción artística de calidad pueda alcanzar el reconocimiento mayoritario, que se conjugue el éxito comercial masivo

con unos valores culturales y estéticos elevados. En este nuevo espacio, que llamamos *hibridación cultural*, será un lugar de consenso mediático donde se nos ofrecerán unas expectativas de difusión del conocimiento, de socialización de productos culturales y patrimoniales, que no sólo posibilitará la democratización de la recepción cultural, sino que generará nuevas formas culturales.

En términos culturales, cabe referirse a la hibridación como “la manifestación de Desterritorialización cultural que afecta al patrimonio. La propia idea moderna de patrimonio cultural ya denota en buena medida un fenómeno de hibridación, pues en su construcción social y conformación intervienen diversos actores y planteamientos culturales don de se cruzan lo culto, lo popular, lo masivo, lo económico, lo político, lo identitario y lo científico” (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 137. El nuevo panorama de la industria televisiva valenciana, como producto de la diversificación de los espacios, debido a la aparición de distintos canales²¹⁸ temáticos, provocará una disminución de los espectadores, y con ello una demanda de mayor especialización temática de contenidos. El proyecto de Televisión Digital Terrestre, será el colofón a todo este proceso desintegrador de grandes concentraciones de audiencias. El canal *mosaico* - recordando a Abraham Moles en su definición de *Cultura Mosaico*²¹⁹-, se convierte en

²¹⁸ La multiplicación de canales puede llevar a la creencia de un rico pluralismo informativo. Sin embargo, no debe perderse de vista que el incremento de canales se produce en una estructura superior: en las plataformas de comunicación, unas entidades de organización y control más amplio que el de las empresas tradicionales y con un poder más fuerte de decisión. Cada plataforma puede incluir varios canales informativos pertenecientes a empresas diferentes, pero todo queda dentro de los planteamientos y objetivos globales de la plataforma. Se amplía el campo de acción, pero permanece el criterio de selección y valoración de canales de la plataforma. Es un pluralismo dentro de una ideología, de unos intereses y de un orden controlado. CEBRIAN, M. (2004), *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona. Paidós. Pág. 76-77.

²¹⁹ Según Abraham Moles, en *-Sociodinámica de la cultura (1987), Barcelona, Paidós-*, define la llamada *Cultura Mosaico* como el cúmulo de fragmentos de conocimientos que forma un depósito dejado por los mass media en el cerebro de los individuos, una cultura que se presenta como un conjunto de fragmentos yuxtapuestos, sin aparentes puntos de referencia, donde hay pocas ideas fundamentales pero sí muchas ideas importantes. Teniendo en cuenta el resultado de los procesos de comunicación que atraviesan el cuerpo social, Moles define la cultura como el producto residual de una comunicación entre los hombres, seguida de una cristalización de todo o de parte de los actos de comunicación en soportes materiales a los que llama *conservas comunicacionales*. La cultura está, por consiguiente, según Moles, ligada a la

la metáfora de la situación actual. Si en la televisión tradicional cada programa se convertía en un fragmento con autonomía del discurso general de la programación, en la oferta multicanal, cada canal se convierte en una parte o fragmento del discurso global de la oferta. La especialización en la programación sobre patrimonio artístico y cultural, será sin duda una necesidad perentoria. Esta mayor especialización será directamente proporcional a la calidad del producto, tanto si se trata de la producción de contenidos como de gestión de recursos.

- Consensuar esa mayor especialización de contenidos con las nuevas tecnologías de la comunicación, para la catalogación, conservación, difusión y didáctica del patrimonio cultural en la llamada Sociedad de la Información y del Conocimiento, así como en las TIC, Tecnologías de la información y la Comunicación.

- Como consecuencia de la hibridación cultural, esclarecer el papel de la televisión como polarizador del patrimonio histórico, como mecenas contemporáneo del arte, así como los procesos artísticos en su función patrimonial. Las fuerzas culturales quedarán controladas gracias a la transmisión televisiva de esas producciones, momento a partir del cual el programa televisivo sobre patrimonio y arte se convertirá *per se* en un objeto a difundir, conservar y consensuar con otros agentes culturales y pedagógicos. Es decir, al intelectualizar la programación cultural, la televisión se convertirá en una institución patrimonial.

- Concebir y gestionar los programas culturales sobre arte y patrimonio, como objetos patrimoniales, momento a partir del cual tendrán un tratamiento individualizado, claramente respetable con unas políticas de uso, conservación y difusión.

- Establecer una relación entre la programación de este género y los contenedores de conocimiento, como escuelas, museos,

sedimentación en la memoria de los actos, de los estímulos o de los mensajes que han penetrado en el entorno. En esta misma obra, Abraham Moles plantea distinciones entre conceptos como cultura en profundidad y cultura erudita, cultura adquirida y cultura viva, cultura en general y cultura humanista, etcétera.

centros de documentación y de estudios. Iniciar políticas de intercambio entre el mayor contenedor y productor de materiales simbólicos audiovisuales sobre arte y patrimonio valenciano como es Televisión Valenciana y los centros tradicionales de difusión del patrimonio. Construir estructuras, procesos y herramientas necesarias para una verdadera intencionalidad de esas relaciones. No hay que superponer los nuevos recursos digitales a los tradicionales modos de entender el patrimonio, sino que habrá que encontrar una actividad mediática que normalice el discurso.

- Comprender las transformaciones culturales debidas al impacto de los medios de comunicación. El patrimonio étnico se ve irremediamente afectado por un medio instrumental de comunicación, como es la televisión.

- Debido a la insistencia mediática de la sociedad de la información, se producirá inexorablemente una destradicionalización. Es decir, la tradición no será destruida, sino transformada o desalojada de su ubicación ancestral. Tanto la fiesta como escenario de ocio, la cultura arraigada o el patrimonio cultural/festivo, adquirirán una nueva identidad tras la ruptura de la transmisión heredada y la conmoción de los media, y por ello, aparecerá como nuevo elemento la retradicionalización, un nuevo modo de entender las ceremonias y objetos patrimoniales.

Según ICOMOS²²⁰, para conservar los valores del legado tradicional gobiernos, autoridades, grupos y organizaciones deben poner énfasis en lo siguiente:

a) Programas educativos para conservadores, sobre los principios del patrimonio tradicional.

b) Programas de especialización para asistir a las comunidades en el mantenimiento de los sistemas tradicionales de construcción, así como de los oficios correspondientes.

²²⁰ Carta del Patrimonio Vernáculo Construido. (Ratificada por la 12 Asamblea General del ICOMOS celebrada en México del 17 al 24 de Octubre de 1999).

c) Programas de información que promuevan la conciencia colectiva de la cultura autóctona, en especial a las nuevas generaciones.

d) Promoción de redes regionales de arquitectura vernácula para el intercambio de experiencias y especialistas.

Para concluir, recordar lo que se expuso en la Carta del Patrimonio Vernáculo Construido, (ratificada por la 12 Asamblea General del ICOMOS celebrada en México del 17 al 24 de Octubre de 1999):

“En la sensibilidad ciudadana, radica, sin duda, el factor esencial para la defensa del legado histórico; algo mucho más importante que los medios de comunicación, que la propia Administración, las instituciones científicas y los expertos.

3.3.1. Programación sobre patrimonio cultural en las televisiones públicas. Un verdadero oropel mediático

El Sistema de Comunicación Pública, se abre camino en el siglo XV, cuando en Europa se comienzan a utilizar por organizaciones religiosas, políticas, comerciales y militares, las mismas tecnologías de reproducción en serie que permitirían más tarde a los editores de periódicos del siglo XIX la producción y distribución masiva de comunicación. Ese proceso de innovación continúa todavía, con la invención de nuevas técnicas y con la transformación de las instituciones creadas para la comunicación pública. También perdura el mismo Sistema Social Capitalista que puso en marcha la Comunicación de Masas, ahora ya en su fase de monopolismo global. Por primera vez desde la Modernidad el Sistema Comunicativo posee la infraestructura tecnológica y estructura profesional adecuadas para que sean posibles nuevos modos de organizar las relaciones sociales. Potencialmente cuenta con las capacidades necesarias para asumir una notable tarea: poner la información al servicio de interacciones más participativas, más creativas y mucho más equitativas. El Profesor Manuel Martín (2004: 105) opina en primera persona que “me parece que por primera vez en la historia cabría incidir con éxito en las relaciones de producción desde las relaciones de comunicación para transformar su naturaleza, concluye el autor”.

Según Llorens Maluquer²²¹, el concepto de televisión cultural o el más específico de canales culturales suscitan escaso entusiasmo tanto a nivel académico como empresarial. Son pocos los canales que se autodefinen en estos términos, aunque paradójicamente la mayoría de emisoras generalistas incluyen el adjetivo cultural en el catálogo de objetivos sociales. En el campo académico, la situación es similar: la presencia de estudios recientes que analicen el término de canal cultural es casi inexistente. Sin embargo, la realidad es tozuda: existe un conjunto de canales televisivos en Europa que

²²¹ Llorens Maluquer, C. y Aymerich Franch, L. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Recuperado el noviembre de mayo de 2007.
http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens_y_Aymerich.htm

bajo diferentes formas y denominaciones se autodefinen, o se les atribuye, la etiqueta de canales culturales. El mismo autor, y referente al intento de definir el concepto de canal cultural, indica que denominamos canales culturales a los canales televisivos generalistas o temáticos, cuya programación se caracteriza por unos elevados contenidos del mundo del arte y de la música selecta, de la ciencia y el descubrimiento geográfico y etnográfico, así como de la historia y de la sociedad. El tratamiento de los contenidos se caracteriza por el rigor y la búsqueda de la excelencia, estética y temática, en oposición al resto de la programación de la televisión, centrada en la cultura de masas. El target de audiencia es de un nivel adquisitivo y cultural medio-alto o alto. Los géneros predominantes - pero no exclusivos- son el documental y el reportaje, con una amplia presencia de formatos y temáticas innovadores, que responden al hecho de entender la creatividad y la innovación como integrantes del concepto de alta cultura. En artes escénicas como la danza, el teatro, la música y similares predominan retransmisiones en directo o en vivo, aunque no de manera exclusiva. El género de ficción también tiene cabida siempre y cuando se justifique por necesidad artística, -el filme independiente de calidad-, o como arte en sí mismo, como el vídeo-arte.

Aunque mínima, la presencia de los programas de arte en la programación televisiva pública es constante, y sobre todo poseen mucha apariencia con muy poco valor en cuanto a la calidad, un verdadero *oropel mediático*. La causa tal vez sea la inexistencia de un modelo útil de programación, donde se haga compatible, tanto la demanda social como la comprensión empresarial, económica y gubernamental. Aunque en el presente estudio nos vamos a centrar en las televisiones generalistas de ámbito público, especialmente en RTVV, es necesario señalar la importancia que han tomado los canales temáticos²²² sobre cultura. Al respecto, sobre los canales y programación especializados, existe un doble posicionamiento:

²²² Como canal temático sobre cultura podemos citar el canal temático europeo *Arte*. Siglas de Asociación Relativa a las Televisiones Europeas, dedicado en su totalidad a la programación de alto contenido cultural. Dirigida por el historiador y académico Georges Duby, y el que fuera ministro de cultura francés Michel Guy. Además de personalidades del mundo de la cultura y del arte, como el músico Pierre Boulez, el sociólogo Pierre Bourdieu, la antropóloga Françoise Héritier-Augé, el presidente del centro Pompidou Jean Maheur, etc.

- El público formado tendrá un reducto de calidad, un lugar de acercamiento a la cultura en general, específica y por encima de todo dirigida. La demanda de programación cultural es satisfecha en cada momento.

- Es una manera de hacer que el gran público rechace la cultura en televisión. Se verán como experiencia elitistas, una especie de guetos minoritarios,

El profesor Victoriano Fernández Asís (1986:14), indica que “para Paolo Valmarana, de la RAI, se entiende por cultura el conjunto y la organización de las nociones que nos ayudan a comprender la realidad, y por ende a proporcionarnos los instrumentos necesarios para vivir, para operar dentro de ella –la realidad- y para modificarla”. Pero ha de considerarse que el nivel medio del público televisivo es el de los estudios elementales. Y aún menos. O mucho menos. Alphons Silbermann apunta: “Se declara ex cátedra: la televisión es la cultura del porvenir”. Eso equivale a hacer del medio de comunicación –de este medio- una forma de arte. Eso equivale a situar la televisión a nivel de una forma de arte o de una forma de cultura, y eso le parece excesivo a Silbermann. *La Psicología de las masas*, de Gustavo Le Bon, es tan fatal como *La rebelión de las masas* de Ortega y Gasset, según palabras textuales de Silbermann. Hay que dar a las masas cultura y por ella se entiende primordialmente el arte, como expresión del mundo interior de un artista. Y tampoco introducir en la polémica el término gusto o buen gusto. Pero el gusto es un fenómeno social: nace, vive y muere en la vida social a la que pertenece. La cultura está en crisis o sufre una crisis: inestabilidad, desestructuración e intentos de reestructuración. Nace de la debilidad de los valores comunes, de conceptos comunes del hombre y la sociedad. Hay una pluralidad de sistemas, de valores diferentes, propios de medios culturales muy diferenciados. Para Agustín Girard, los jóvenes manifiestan una voluntad de ruptura respecto a los modelos humanistas tradicionales. No es la primera vez que recogemos aquí esa idea, afirma finalmente el autor.

En este contexto, lo audiovisual potencia la superficialidad desde la nueva cultura de la imagen, la apariencia, la espectacularidad y el mosaico. Paradójicamente, cuando más se consume la comunicación a gran escala, vivimos una profunda crisis de la comunicación, pues en una sociedad marcada y ensimismada por la comunicación de masas, los individuos se tornan solitarios e incommunicativos, porque, en gran parte, los medios audiovisuales son los factores clave de transmisión y reproducción de los no valores, de la indefinición de la persona en el conjunto de la sociedad de masas.²²³

La televisión generalista queda como democratización de la sociedad, pero un alcance mayor no puede reducirse a ofertas de escaso nivel cultural y social, sino que tiene que buscar también productos de calidad. Se han tomado medidas respecto del fútbol para que aquellos partidos calificados, por una comisión *ad hoc*, de interés general y social no puedan estar sujetos a exclusivas. Es de esperar que tales planteamientos se efectúen también con otros contenidos. La televisión amplía sus canales temáticos. Lo que en la televisión generalista eran programas unidos en una programación, (Cebrián, 2004:76) “ahora bastantes de ellos se convierten en canales especializados exclusivamente en dicho tema. Se incrementa el número de canales dedicados a la información general y a temas específicos. Se entra en un campo variado de modalidades y especializaciones informativas”.

La televisión es considerada legalmente en España, en todos sus soportes y ámbitos (con la sola excepción del satélite), como servicio público esencial desde la primera ley de la democracia sobre la radiotelevisión, el Estatuto de 1980, aunque después fuera reconocido como susceptible de gestión directa o indirecta. Sin embargo, (Bustamante, 2002: 233) “esta conceptualización está lejos de caracterizar las políticas televisivas del Estado español desde los años ochenta que pueden en cambio marcarse por las siguientes notas fundamentales”.

Respecto a la denominada televisión generalista (Bustamante, 2002: 267) “se mantiene como negocio y penetración social en el conjunto de modelos. No

²²³ Dr. José Ignacio Agauded Gómez. En “Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual”. Universidad de Huelva.

hay ningún canal temático con tanta audiencia, ni siquiera la plataforma en su conjunto. Con la llegada de los demás modelos ha entrado en una situación de adaptación que todavía no se sabe como quedará”.

A medida que se implantan los demás modelos van perdiendo audiencia de manera gradual. Esto no anuncia su desaparición sino la exigencia de renovación y reajuste en sus objetos, planteamientos y estrategias. Seguirá perdiendo audiencia durante los próximos años, aunque en los grandes momentos informativos o de transmisiones deportivas alcanzará audiencias multimillonarias.

Las televisiones públicas, centrales y autonómicas han desempeñado un papel importante como motor de una producción auténticamente independiente y de su descentralización regional. Pero la politización de su gestión ha llevado a beneficiar a veces a *empresas girasol* (Bustamante, 2002:231) ”orientadas en función de las influencias políticas y personales, tendentes a practicar contratos opacos sobre los que recae permanentemente la sospecha de inflaciones políticas de los costes, y nefastas por todo ello para consolidar una industria serie de futuro”.

También los canales documentales tienden a una mayor especialización. Así, emergen canales sobre arte, científicos y técnicos, sobre la naturaleza y medio ambiente, y también sobre historia. Entre los canales temáticos que han dado origen a algún canal temático específico sobresalen los dedicados a la informática, los canales taurinos, los meteorológicos, del parlamento, de moda, médicos, para mujeres, para minorías, religiosos, de sociedad o información rosa, etc. Lo más importantes para este estudio son:

- Educativos. Se dividen por niveles curriculares como los canales de EducSAT de México para telesecundaria, o para públicos específicos como el Canal Clase de Directv, o para diversos países como el canal de la Televisión Educativa IberoAmérica que se difunde dentro de la miniplataforma de TVE por Hispasat. El Grupo Planeta ha creado un canal educativo, Beca TV, que pretende trasladar la

experiencia y el modelo educativo del grupo a la televisión.

- Canal de la Historia, que se difunde en España y Portugal por las plataformas de cable y colabora con las entidades vinculadas a su temática. En su primer aniversario celebró el Día de la Historia con el apoyo de la Academia del citado nombre. La directora general del canal resaltaba este objetivo: <<Se trata de rendir homenaje a todas aquellas personas y entidades que con su esfuerzo y dedicación han ido forjando día a día el patrimonio de nuestra memoria>>. ²²⁴ Las producciones de este canal han sido redifundidas por otros canales generalistas como Telecinco y Canal +.

Con respecto a la aplicación de la TDT –Televisión Digital Terrestre- en la Comunitat Valenciana, el consejero socialista en el Consejo de Administración de RTVV, indicó que en el caso de RTVV, el Plan Técnico de la TDT establece dos múltiplex, es decir, cuatro canales para las autonómicas. Mazón apuesta “por mantener a TVV como cadena generalista, objetiva, plural e independiente; y por la desaparición de Punt 2”. Y por dedicar los tres canales pendientes a diferentes temas, El “primero versaría sobre Cultura y Educación; el segundo, podría tratar sobre deportes; y el tercero, más informativo, podría abarcar noticias de diferentes campos, con preponderancia de los temas económicos, empleo, tecnología” ²²⁵.

Pero, la televisión educativa española como servicio público no ha cuajado, salvo excepciones puntuales, por falta de una política activa que marcara unas líneas de actuación. La voluntad política se ha orientado más a consagrar la progresiva comercialización, privatización y desregulación del conjunto mediático que ha promover proyectos educativos o a vertebrar una televisión de proximidad. Sigue el Doctor Miquel Francés (2003:115-116) afirmando que, “mientras, iniciativas privadas toman posición sobre grandes espacios geográficos desde una concepción trasnacional, donde la diversidad

²²⁴ El País, 3 de junio de 2000, pág 31.

²²⁵ A.B. En Levante-EMV. “*El PSPV propone mantener Canal 9, crear 3 canales temáticos y la desaparición de Punt 2 con la TDT*”. Sábado, 13 de noviembre de 2004, pág. 42.

cultural y curricular no está en absoluto contemplada. Las iniciativas institucionales públicas son insuficientes. Las aulas y las universidades virtuales están ahora, más que nunca, bajo las iniciativas del mundo privado”.

Es una televisión, la temática, que rompe con lo masivo de la generalista y trata de buscar la homogeneidad de intereses de diversos grupos. No está para dar satisfacciones a todos por completo, sino que cada canal responde a grupos o intereses diferenciados. No es tampoco una televisión personalizada, puesto que para su mantenimiento se requiere un número determinado de abonados según los costos. La rentabilidad del servicio se consigue por la suma o agregado de diversos grupos, y “además de satisfacer los intereses inmediatos de cada grupo, se dan otras ofertas complementarias” (Pérez de Silva, (2000:69). El espíritu de este tipo de programación es, “el convencimiento de que no es la audiencia la que reclama programas sin contenidos culturales, sino los departamentos comerciales de las cadenas los que lo exigen, fue el móvil de los responsables de esta cadena europea. Demostrar que cuando hay oferta hay público” (Rodríguez, 2003:171).

Como paradigma de programación cultural en la televisión pública española podemos citar el pionero *Mirar un cuadro*²²⁶, dirigido para TVE por Alfredo Castellón. Emitido entre febrero de 1982 y 1984, y repuesto en 1988. También podemos citar *Elogio de la luz* de 2001 y dedicado a la arquitectura, y *Las claves del románico* en la 2 a principios de 2002. Mucho antes, *Encuentro con las Artes y las Letras*, y *Galería*, de Paloma Chamorro, sustituirían a *Los Pintores del Prado*, y *Trazos* que en el difícil año 1977 dirigía Ramón Gómez Redondo.

Como programa de calidad de aquella época en el ente público, *Imágenes* que comenzó a emitirse en octubre de 1978. Su estructura supuso el modelo que el tiempo establecería como referente cultural mediático. Con reportajes sobre exposiciones de arte, informaciones culturales, debates, explicaciones y clases magistrales de expertos sobre arte y cultura, con un

²²⁶ Sobre este programa. Televisión Española editó un libro en su Servicio de publicaciones en 1992.

formato vanguardista que reventó los modelos iconográficos establecidos²²⁷.

En la siguiente década, en 1983 P.Chamorro inicio el despegue en TVE con una de las aventuras más creativas de la fenomenología cultural televisiva, *La edad de oro*, título buñueliano y no carente de dificultades. Emitido los martes -en horario tan problemático actualmente- a las 22.30, poseía una estructura de magazín de una hora y media de duración, donde se emitieron por primera vez obras de ficción como *Trailer para amantes de lo prohibido*, de Pedro Almodóvar, o *Amor Apache*, de Ceesepe. También de Chamorro podemos citar *La estación de Perpiñán*, de 1987 cuyo formato estaba definido por una larga entrevista de 60', a músicos, artistas y creadores eclécticos, realizadas conjuntamente con músicos de vanguardia de la movida madrileña, y grabaciones de artista comprometidos²²⁸.

A pesar de las adversidades causadas por la censura política, la realizadora y directora de programas consiguió con honor y gran calidad sacar adelante grandes proyectos como *Goya*, emitido el 30 de marzo de 1997 en La 2, apoyada por el catedrático de Historia del Arte Valeriano Bozal. En el programa se ofrecían datos sobre la vida y obra del pintor de Fundetodos, con recursos visuales sobre su obra, pinturas, bocetos y estampas pocas veces emitidas por televisión. De una calidad educativa e histórica sin precedentes, con imágenes grabadas *in situ* en el Museo del Prado, Thyssen-Bornemisza, el Museo Provincial de Zaragoza, Academia de Bellas Artes de San Fernando, Museo Goya de Castres, Museo de la Calcografía Nacional, Biblioteca Nacional, Salas de exposiciones del BBV, además de colecciones privadas como los de los duques de Alba, duques de Osuna, Marqueses de la Romana, Banco de España, etc. Realización acompañada por la música de Bocherini, Stravinsky, Ravel, Beethoven, y los contemporáneos Michael Nyman o Ryuichi Sakamoto.

²²⁷ Emitido los miércoles a las 20.30 horas, entre los colaboradores estaban los especialistas multidisciplinares, Fernando Huici, José Miguel Ullán, ángel González y Francisco Calvo Serraller.

²²⁸ La directora fue perseguida por una ola conservadora que acosaba a la programación de la empresa pública. Chamorro venía arrastrando esos problemas de libertad creativa desde *La Edad de Oro*. El abogado Juan Ruiz Izquierdo llegó a pedir para la presentadora dos años y cuatro meses de prisión por un delito de profanación, a causa de la emisión de un vídeo musical en el que la cabeza de Cristo crucificado era sustituida por la de un animal.

Los libros nunca interesaron mucho a la tribuna audiovisual, a pesar de Beatriz Pécker en la Mandrágora o Fernando Sánchez Dragó, ubicados en horarios imposibles. Pero TVE descubrió que los argumentos de las novelas podrían servir para erigir series atractivas. Así se adaptó, siguiendo la tradición de la década anterior, *El obispo leproso* (1990), de Gabriel Miró; Vicente Aranda prestó su lienzo libertario a *Los jinetes del alba* (1990), según Jesús Fernández Santos; Mario Camus adaptó *La forja de un rebelde* (1990), de Arturo Barea, Gonzalo Herralde propuso la saga burguesa de Narcís Oller, *La fiebre del oro* (1992); José Luis Borau evocó tiempos de infancia en *Celia* (1992), basado en la protagonista de Elena Fortín; Manuel Gutiérrez Aragón se lució al llevar a la pantalla *El Quijote* (1992), con Fernando Rey en el caso de su carrera, flanqueado por un Sancho Panza-Alfredo Landa; Fernando Méndez-Leite adaptó *La Regenta* (1995) de Clarín. En 1998, TVE emitió una versión de *Entre naranjos*, de Vicente Blasco Ibáñez. Y Telecinco entró en el juego adaptando *Carvalho* (1999), el detective creado por Manuel Vázquez Montalbán (Gubern, 2004:62).

Este puede ser un ejemplo extraordinario de que la divulgación del arte puede ser posible -además de calidad- si se emplean, materiales adecuados y un tratamiento científico. Debido a ello, documentales como *Miró*, de la periodista Soledad Gomis y el realizador Jaime Serra, sobre la vida del pintor catalán, mereció una candidatura de TVE a los premios Emma en 1993, compitiendo con el sueco *Bortz Bergman and the Bachea* y la coproducción germano-belga *The Wonderful Horrible Life of Leni Riefenstahl*. La antorcha del arte de vanguardia en la programación de TVE, tras las experiencias de Paloma Chamorro, sería recogida por *Metrópolis*, un espacio que había comenzado a emitirse sin mucho éxito en abril de 1985 en la segunda cadena, aprovechando el tirón del movimiento sociológico juvenil de la movida madrileña. Según sus responsable el plus de libertad provenía de la hora de emisión; la noche de los domingos. Su audiencia, entre 400.000 y 800.000 espectadores de sus primeras emisiones, apenas a variado en la actualidad.

Hasta el punto de que ya puede hablarse de un clásico y de un programa de culto en la parrilla de TVE, un privilegio alcanzado por muy pocos espacio, ya que “el de *Metrópolis* es un caso paradigmático de generación de arte a través de la televisión, como prueba la decisión del Museo de Arte Reina Sofía de que sus programas formen parte de los fondos documentales de la pinacoteca para que los investigadores y estudiosos de las vanguardias y del arte contemporáneo puedan acceder a las imágenes que *Metrópolis* ha ido acumulando a lo largo de su ya larga historia”(Rodríguez, 2003:161).

Es importante para esta investigación, como se indicará posteriormente, que, los contenidos de *Metrópolis*, pueden considerarse por ello, como auténticos hallazgos formales, verdaderas creaciones artísticas, donde se descubren las posibilidades del arte y la cultura mediática, evolucionando hacia nuevas formas de interacción entre el espectador formado y un espacio formador.

Con una temática diversa y pluridisciplinar, cabe destacar, la arquitectura de Santiago Calatrava. Las artes plásticas, infografía, y arte virtual de Nam June Paik. La música de Carles Santos y Philip Glass. El cine de Vanguardia de Petre Greenaway. La publicidad de Joe Pytko y Jean Baptiste Mondino. El cómic de Moebius. Las *performance* de Montserrat Colomé y Skip Arnold. La fotografía de Werner Pawlok. La videodanza de Bouvier y Obadia, DV 8 y Decouflé. La moda de Jean Paul Gaultier. El diseño de Philippe Starck y Javier Romero. La *permomance videográfica* de Patty Chang, Paul Harrison y Ursula Hodel. El teatro experimental de Survival Research laboratorios, La fura dels Baus. La informática de creación de Siggraph e Imagina. Y un largo y de calidad etc. En cuanto a las cadenas autonómicas, la emisión de este tipo de programas sobre vanguardias artísticas se reflejaron en ediciones como *Arsenal*, y *Estoc de pop*, dirigidos para TV-3 por Manuel Huerfano. De cadenas privadas, excepcionalmente presente está, *NosoloMúsica* de Tele 5.

Sobre que estrategias adoptar para resolver satisfactoriamente una difusión cualificada de los bienes culturales, artísticos y patrimoniales en general, podemos plantearnos las siguientes preguntas con una clara intención reflexiva;

- ¿Cómo diseñar una estrategia de difusión del Patrimonio que no sea sólo una operación de promoción turística, desde la conciencia de las barreras alzadas entre el ciudadano común y la obra de arte?

- ¿Cómo lograr que el disfrute del Patrimonio sea realmente autoafirmación desde una conciencia histórica, diálogo con el medio a través de la cultura y –sobre todo- experiencia estética?

- ¿Cómo afrontar una difusión del Patrimonio que no sea virtualización, conversión de la memoria y de la belleza en mercadería del tipo *fast food* cultural?

- ¿Qué condiciones de recepción se dan para el mensaje difusor del Patrimonio –sea cual sea la estrategia comunicativa que se elija- en el contexto de la seudocultura de masas, con el *homo videns* como receptor privilegiado?

Podemos estimar que estas son algunas cuestiones previas a todo debate sobre la difusión del Patrimonio. Porque, de la misma forma que su conservación plantea muchas otras cuestiones, pero nunca pone en cuestión su propio fundamento de que hay piezas o conjuntos que deben ser salvaguardados y transmitidos a través del tiempo, su difusión ha de depender de una política global en lo que a la educación y el fomento y la promoción de la cultura se refiere. La igualdad de oportunidades frente al hecho cultural está en el limbo teórico de otros derechos –al trabajo, a una vivienda digna- constitucionalmente contemplados pero nunca cumplidos.

Como en el caso de esos derechos, éste afecta también a la dignidad del ser humano, porque se refiere a lo que lo hace, precisamente, humano: la sensibilidad para el aprecio y el goce de la belleza, el desarrollo de sus potencias reflexivas y la conciencia de pertenencia a una especie en evolución ética e intelectual por el ejercicio de la razón²²⁹.

229

<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/iaph/publicaciones/dossiers/dossier01/dossier1art2.html>.
Junta de Andalucía En “Necesidad de la belleza. (Notas sobre la difusión del patrimonio en la

Pocos ejemplos existen de producción cultural en la rejilla de programación de Televisión Valenciana. Cabe indicar que, aunque esto es cierto, a lo largo de los 15 años de emisión se han realizado trabajos sobre cultura y arte con un alto nivel de calidad y de rigurosidad documental²³⁰.

Porque en la difusión, el bien que se ha de preservar no es la obra, sino ser percibida, usada y gozada por el ciudadano. La situación de éste en la sociedad masivo-visual requiere que las autoridades afronten seriamente el derecho a la reflexión, al conocimiento, a la reflexión y a la belleza de los ciudadanos.

sociedad de la comunicación masiva)". (Consultado el 12 de enero de 2007).

²³⁰ En la presente investigación, se analizarán los programas con esta tipología cultural más importantes, que desde octubre de 1989 cuando comenzaron las emisiones regulares de RTVV hasta la actualidad, se han ido presentando en la rejilla de la televisión pública valenciana.

3.3.2. La conciencia cultural en las televisiones públicas

Rodríguez Pastoriza, adjunto a la jefatura del área de cultura de los servicios informativos de Televisión Española (TVE), publicó a finales de 2003 un libro titulado *Cultura y televisión: una relación de conflicto*. Si la primera parte del título lleva a pensar en la actualidad y necesidad de profundizar en el tema, la segunda indica lo espinoso de la cuestión. Él mismo, al tener que seleccionar y presentar diariamente informaciones culturales, asume la “perplejidad de aceptar que la definición de cultura está lejos de ser unánime, y ha sido objeto de una profunda transformación semántica. Cuando los conceptos no están claros difícilmente se puede estructurar una praxis coherente” (Rodríguez Pastoriza, 2003: 11).

Apunta más adelante que la cultura se entiende hoy como “el conjunto de conocimientos e instrumentos acumulados por el hombre en su historia, incluyendo los objetos y los códigos sociales, los gustos y las ideas, siempre en movimiento y en evolución” (Rodríguez Pastoriza, 2003: 15). Se acepta una dimensión dinámica y diversa, según edades y segmentos variados de población, dependientes a su vez de múltiples factores como geografía, historia, costumbres, clima, tradiciones, etc. ¿Tendremos que renunciar intelectualmente a construir un concepto universal de mínimos sobre cultura y, por tanto, a una programación especializada de programas culturales? ¿Y aun cuando la UNESCO en el documento *Un solo mundo. Voces múltiples* (1980) arriesga a decir que cultura son todas las realizaciones del espíritu creador humano, y por ello la interdependencia de la cultura y la comunicación es más acusada aun que la que existe entre educación y comunicación? La duda racional y por tanto pragmática persiste y por ello los estudios se hacen más necesarios.

El 25 de noviembre de 2003 el diario *El Mundo*, en un artículo titulado “Casi el 56% de los españoles considera vulgar y de mal gusto la televisión”, hacía eco de unas investigaciones realizadas en el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) sobre televisión. El artículo, que ocupaba tres cuartas partes de la página 61, reservó al tema el editorial, que tituló así: “El desprestigio de la

televisión”. En ambas aportaciones se dice textualmente: “Los españoles tienen en general una pésima opinión de la programación que ofrecen las televisiones. Según la encuesta del CIS, casi el 56% considera que los programas son muy o bastante vulgares y un 62,8% considera los contenidos de la pequeña pantalla poco o nada formativos. Hasta 25 programas en los que se mezcla la chabacanería y la exhibición de la ordinarietà se acumulan en todas las parrillas, públicas y privadas, a casi todas las horas del día y los españoles tragan estos programas, aunque no les gusten”. Preferirían según el sondeo del CIS, los documentales culturales.

El resultado de este barómetro supone –o debería suponer– un toque de atención para la alocada carrera de explotación del morbo en la televisión. Una realidad que en el caso de las cadenas privadas es lamentable y en el de las públicas, sencillamente vergonzante. Y el gobierno ¿cómo responde? Asumiendo la deuda de unos 6.000 millones de € declarados de la televisión pública sin exigir nada a cambio, ni poner orden en su propia casa. Con la televisión, todas las complacencias y abusos; con la enseñanza, trabas y restricciones. Esta investigación arroja algo de luz, con la ayuda de la investigación independiente y universitaria, sobre el tenebroso panorama televisivo, cada vez más denunciado y denostado por los televidentes, sin que se vislumbre una solución ni en el parlamento ni en las redacciones, donde están más preocupados por si a un político le dedican más o menos espacio que a otro.

Ante esta situación se hace evidente la necesidad de valorar los programas atendiendo no sólo a los objetivos que se proponen, sino también a las consecuencias no previstas que se suelen derivar de su aplicación. La evaluación en este sentido trata de determinar si los efectos que produce son positivos o negativos, y si el impacto producido es mayor, igual o inferior al de las metas propuestas. La cultura mediática puede ser una fuente de creatividad de gran riqueza y un poderoso estímulo para la cultura de los jóvenes. Los medios son fundamentales para sus experiencias, y son auténticos mediadores de sus interacciones sociales; median en sus actividades creativas, en sus formas y modos de interrelación, en sus inclinaciones estéticas y hasta en los contenidos de sus experiencias. Los jóvenes toman los textos mediáticos, los

recombinan y reelaboran, otorgándoles nuevos significados que revitalizan su cultura y logrando nuevas dimensiones.

El sistema de comunicación pública, según Manuel Martín (2004: 105) “se abre camino en el siglo XV, cuando en Europa se comienzan a utilizar por organizaciones religiosas, políticas, comerciales y militares, las mismas tecnologías de reproducción en serie que permitirían más tarde a los editores de periódicos del siglo XIX la producción y distribución masiva de comunicación”. Ese proceso de innovación continúa todavía, con la invención de nuevas técnicas y con la transformación de las instituciones creadas para la comunicación pública. También perdura el mismo sistema social capitalista que puso en marcha la comunicación de masas, ahora ya en su fase de monopolismo global. Por primera vez desde la modernidad el sistema comunicativo posee la infraestructura tecnológica y estructura profesional adecuadas para que sean posibles nuevos modos de organizar las relaciones sociales. Potencialmente cuenta con las capacidades necesarias para asumir una notable tarea: poner la información al servicio de interacciones más participativas, más creativas y mucho más equitativas. Por primera vez en la historia cabría incidir con éxito en las relaciones de producción desde las relaciones de comunicación para transformar su naturaleza.

Aunque mínima, la presencia de los programas de arte y patrimonio en la programación televisiva pública es constante. La causa tal vez sea la inexistencia de un modelo útil de programación, donde se haga compatible, tanto la demanda social como la comprensión empresarial, económica y gubernamental. Aunque en el presente estudio nos vamos a centrar en las televisiones generalistas de ámbito público, especialmente en RTVV, es necesario señalar la importancia que han tomado los canales temáticos²³¹ sobre cultura.

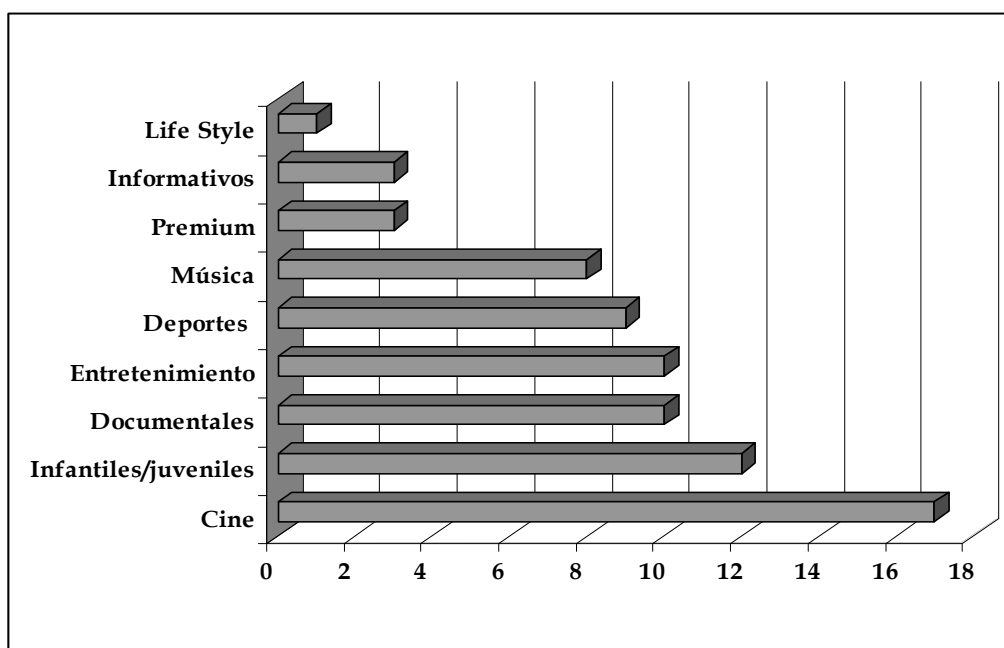
Al respecto, sobre los canales y programación especializados, existe una

²³¹ Como canal temático sobre cultura podemos citar el canal temático europeo *Arte*. Siglas de Asociación Relativa a las Televisiones Europeas, dedicado en su totalidad a la programación de alto contenido cultural. Dirigida por el historiador y académico Georges Duby, y el que fuera ministro de cultura francés Michel Guy. Además de personalidades del mundo de la cultura y del arte, como el músico Pierre Boulez, el sociólogo Pierre Bourdieu, la antropóloga Françoise Héritier-Augé, el presidente del centro Pompidou Jean Maheur, etc.

doble lectura con la que puede aceptarse el proceso socializador de la cultura en televisión:

- El público formado tendrá un reducto de calidad, un lugar de acercamiento a la cultura en general, específica y por encima de todo dirigida. La demanda de programación cultural es satisfecha en cada momento.
- Es una manera de hacer que el gran público rechace la cultura en televisión. Se verán como experiencias elitistas, una especie de guetos minoritarios.

Como afirma Manuel Cebrián (2004: 76), “la televisión generalista queda como democratización de la sociedad, pero un alcance mayor no puede reducirse a ofertas de escaso nivel cultural y social, sino que tiene que buscar también productos de calidad”. Se han tomado medidas respecto del fútbol para que aquellos partidos calificados, por una comisión *ad hoc*, de interés general y social no puedan estar sujetos a exclusivas. Es de esperar que tales planteamientos se efectúen también con otros contenidos. La televisión amplía sus canales temáticos. Lo que en la televisión generalista eran programas unidos en una programación, ahora bastantes de ellos se convierten en canales especializados exclusivamente en dicho tema. Se incrementa el número de canales dedicados a la información general y a temas específicos. Se entra en un campo variado de modalidades y especializaciones informativas. En la siguiente tabla se muestran el número de canales temáticos que aportan sus programas y la producción, y las plataformas de distribución que se encargan de llevar hasta los hogares la señal de cada uno de estos canales para poder disfrutar de ello:



Datos: AIMC/2006. Elaboración propia

A lo largo de los 15 años de vida del ente público Radio Televisión Valenciana, diversos han sido los ejemplos a destacar de este tipo de programación. Las distintas composiciones porcentuales del Consejo de Administración -debido a los resultados electorales autonómicos- han sido sin lugar a duda el referente ético y periodístico que ha condicionado la elección de la rejilla, tanto de programas como de informativos. Los distintos ejemplos educativos –y/formativos- poseen una clara coincidencia con el momento político que sufragó sus producciones. Encontrar clara sintonía entre el Consell y el resultado de una programación adecuada, ha resultado ser uno de los principales escollos que han tenido otros sectores de la sociedad para poder intervenir en tan importantísimas decisiones educativas.

La complicada ecuación entre audiencia y calidad/servicio público no va a ser tratado en este estudio, sin embargo la necesidad de esa programación de calidad y formativa, planea constantemente como condición *sine qua non* para el desarrollo de un proyecto real.

3.3.3. Iniciativas culturales en Canal 9. Búsqueda de una rentabilidad social.

Desde una posición multidisciplinar se ha tratado el tema de la programación televisión cultural como patrimonio audiovisual, además de ofrecer diversos puntos de vista de especialistas sobre esta disciplina de la comunicación social. Las contradicciones entre esas distintas opiniones corresponden a un estudio más pormenorizado, y aunque este estudio no profundiza para resolverlas, se están buscando distintas lecturas y posibles consecuencias.

Por una parte la presentación de esta investigación tiene como es lógico una componente teórica, el intento de analizar el complejo mundo de la cultura massmediática televisiva, así como su influencia en el sistema de bienes simbólicos²³², en la sociedad valenciana. Por otra parte, una exposición empírica, la presencia real de la exigua programación cultura y sobre el patrimonio que tiene lugar en la rejilla de programación de la cadena autonómica, considerada esta como el mayor creador y gestor de contenidos audiovisuales de la Comunitat Valenciana. Los pocos ejemplos aislados, se presentan como un *rara avis* dentro de una política de programación, de la que amplios sectores de la sociedad piden a gritos una regulación digna y consensuada. Programas con más audiencia son “los que hacen una llamada directa a los instintos; con ellos, los que invocan la supervivencia, y también los que esgrimen el canto, al amor y la risa. Y, siendo así o de otro modo, los que se dirigen a todos los niveles de la inteligencia”. Tal era el parecer de Hugo Walton cuando asumía la Dirección General de la BBC-TV (Fernández, 1986: 25).

Podemos establecer a partir de la siguiente tabla el programa con más audiencia televisiva, líder en España desde 1988 y hasta 2004, y comprobar los que Walton afirmaba con respecto a los instintos:

²³² La cultura se organiza en un sistema de máquinas productoras de realidades simbólicas que son transmitidas a los públicos consumidores de bienes simbólicos. BRÜNNER. J.J. (1992). *América Latina. Cultura y modernidad*. México. Editorial Grijalbo y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

AÑO	TÍTULO	CADENA	FECHA	AUDIENCIA
1988	Sí al amor	TVE1	11-ene	47,8
1989	El precio justo	TVE1	02-ene	42,8
1990	Sábado cine	TVE1	13-ene	37
1991	Sesión de noche	TVE1	05-mar	36,4
1992	Que te den concurso	TVE1	21-jun	29,5
1993	Fútbol (España- Dinamarca)	TVE1	17-nov	33,3
1994	Fútbol (Alemania- España)	TVE1	21-jun	32,4
1995	Farmacia de guardia	TVE1	28-dic	31,5
1996	Fútbol (España- Inglaterra)	TVE1	22-jun	29,4
1997	Fútbol (Barcelona- R.Madrid)	TVE1	30-ene	32,1
1998	Fútbol (Juventud- R.Madrid)	TVE1	20-may	34,5
1999	Campanadas fin de año	TVE1	31-dic	23,2
2000	Fútbol (R.Madrid- Valencia)	TVE1	24-may	29,7
2001	Fútbol (Bayern.M- Valencia)	TVE1	23-may	34,7
2002	Eurovision: Ha llegado el momento	TVE1	25-may	36,6
2003	Festival Eurovisión	TVE1	24-may	22,3
2004	Fútbol (España- Portugal)	TVE1	20-jun	25,1

Fuente: Ecotel, 1988-92/Sofres 1993-2004 (elaboración propia)

A lo largo de los 18 años de vida del ente público televisivo, diversos han sido los ejemplos a destacar de este tipo de programación. Las distintas composiciones porcentuales del Consejo de Administración del ente -debido a los resultados electorales autonómicos- han sido sin lugar a duda el referente ético y periodístico que ha condicionado la elección de la rejilla, tanto de programas como de informativos.

Los distintos ejemplos educativos –y/formativos-, poseen una clara coincidencia con el momento político que sufragó sus producciones. Encontrar una clara sintonía entre el gobierno autonómico y el establecimiento de una programación adecuada, ha resultado ser uno de los principales escollos que han tenido otros sectores de la sociedad (educativo, cultural, social, etc) para poder intervenir en tan importantísimas decisiones formativas.

Pero para establecer los datos sobre la programación cultural en la televisión autonómica valenciana, es necesario conocer la evolución de la audiencia acumulada diaria tanto en esta cadena pública como en las diferentes que cubren la oferta televisiva en España.

Así, la siguiente tabla muestra en porcentajes la audiencia diaria, es decir, la evolución en el uso de la televisión a lo largo del tiempo y con ello justificar la investigación presente sobre la difusión del patrimonio histórico-artístico en televisión desde 1990 hasta el año 2000:

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TVE-1	71,00	69,90	60,10	56,60	51,20	52,10	50,00	47,00	47,30	46,70	46,10
LA 2	34,50	22,90	23,30	17,70	18,50	19,00	18,30	18,10	17,70	15,60	14,60
ANTENA 3	9,10	27,40	24,70	36,00	46,00	47,20	46,90	43,00	39,70	40,70	38,40
TELE 5	14,50	27,30	35,70	37,50	34,10	33,90	38,60	40,80	38,10	38,60	42,60
CANAL PLUS/CUATRO	1,00	2,30	4,60	5,20	5,70	7,50	7,40	8,00	7,10	7,50	6,50
TV3	7,10	7,30	7,20	6,70	7,60	8,10	8,40	8,30	7,90	7,40	7,00
K3/33	0,90	1,60	2,30	2,40	2,10	1,60	2,80	2,80	2,20	1,80	1,50
ETB-1	0,70	0,70	0,70	0,60	0,60	0,80	0,80	1,00	0,90	1,00	0,70
ETB-2	1,50	1,10	1,30	1,30	1,80	2,30	2,30	2,20	2,00	2,10	2,10
TVG	2,50	2,00	2,10	2,00	2,20	3,50	2,50	2,50	2,60	2,70	2,60
TELE MADRID	3,10	3,40	4,60	5,00	4,40	5,30	5,60	5,10	5,00	4,90	4,80
CANAL SUR	8,20	7,70	7,50	7,50	6,50	6,60	6,90	7,10	7,20	6,80	6,60
CANAL 2 AND										0,50	0,90
CANAL 9	4,10	4,70	4,60	4,20	3,70	3,90	4,20	4,90	4,00	3,90	4,10
BOTICIES /PUNT 2 9									0,30	0,20	0,20
TVAC											0,30
CMT											
IB3											
TV LOCAL								1,60	2,60	1,70	1,70
RESTO TVS								1,90	3,30	3,50	4,40

Datos: AIMC-EGM. 2007 (elaboración propia)

Se descubre que la media diaria en el consumo televisivo queda comprometido con la aparición de las distintas televisiones autonómicas y privadas, tanto locales como nacionales. Con el inicio de 1983 surgieron los primeros canales autonómicos, y Canal 9 comenzaba a emitir con regularidad en octubre de 1989. Además, en 1990 empezaron a emitirse las cadenas privadas generalistas y en 1997 comenzaron a competir entre sí las plataformas digitales que finalmente se iban a fusionar en 2003. Todo esto ha hecho que de la aspiración de obtener un ciento por ciento de audiencia se haya pasado a que una cadena pueda ser líder en España con una cuota de pantalla inferior al 24 por ciento, creándose una verdadera fragmentación de las audiencias.

A partir del año 2000, los resultados de la audiencia diaria en las distintas televisiones, tanto públicas como privadas, son los siguientes:

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
TVE-1	46,10	48,60	43,60	39,30	33,30	30,50
LA 2	13,70	16,30	15,60	12,10	9,80	8,00
ANTENA 3	37,20	41,90	43,20	41,50	41,10	41,70
TELE 5	40,10	3,70	42,70	41,40	38,00	34,90
CANAL PLUS/CUATRO	7,30	7,70	8,20	7,30	5,50	10,70
TV3	6,90	6,60	6,20	6,20	5,60	4,90
K3/33	1,50	2,10	1,70	1,50	1,20	0,90
ETB-1	0,90	1,10	1,00	0,80	0,70	0,50
ETB-2	2,40	2,70	2,70	2,40	2,20	1,70
TVG	2,50	2,70	2,50	2,10	2,30	1,90
TELE MADRID	4,70	4,90	5,10	4,20	3,90	2,90
CANAL SUR	6,50	6,80	6,20	6,70	7,30	6,60
CANAL 2 AND	0,90	1,60	2,00	1,80	1,40	1,00
CANAL 9	4,30	4,40	4,40	3,70	3,30	3,00
BOTICIES 9 /PUNT 2	0,40	0,40	0,40	0,40	0,20	0,20
TVAC	0,50	0,70	0,70	0,50	0,60	0,70
CMT			1,00	1,10	1,30	1,20
IB3						0,20
TV LOCAL	1,90	3,50	4,60	4,40	3,90	3,30
RESTO TVS	5,40	5,50	4,80	5,90	6,40	11,00

Datos: AIMC-EGM. 2007 (elaboración propia)

En cuanto a la audiencia y el histórico por cadena y meses establecidos por las dos cadenas de Televisión Valenciana -Canal 9 y Punt 2- desde 1993 en el caso de Canal 9 y desde el inicio de las emisiones de Punt 2 en octubre de 1997, se comprueba que en el principal canal la audiencia media ha ido descendiendo progresivamente desde 1993. Sin embargo en el caso de Punt 2 la audiencia media ha sufrido un ligero incremento definiendo la consolidación como cadena.

La complicada ecuación entre audiencia y calidad/servicio público no va a ser tratado en profundidad este estudio, sin embargo la necesidad de esa programación de calidad y educativa, planea constantemente como condición

sine qua non para el desarrollo de un proyecto real, donde la rentabilidad económica y de partido no eclipse la única rentabilidad posible en un medio de comunicación público, la social.

Respecto a la fragmentación de la audiencia, Román Gubern (1996: 256) indica que “cuando la enriquecedora fragmentación de las audiencias alcanza el nivel de la hiperfragmentación, amenaza con esquilmar los ingresos de los operadores culturales, llevándoles al cierre o a las políticas conservadoras (para no perder audiencia) o sensacionalistas (para conquistar audiencias), y finalmente a liquidar con su fragmentación el imaginario colectivo que cohesiona al tejido social. La fragmentación ha consolidado mercados audiovisuales para los amantes de la ópera, de la gastronomía, de la floricultura y del porno (hetero, homo, sado, zoo) a la espera de la legalización de los *snuff movies* si sus actores son inmigrantes ilegales. Pero la meta ideal de la autoprogramación total del usuario, con los sistemas informáticos a la carta que nos propone Negroponte, abanderado de la mística de los *self media*, contribuirá a consolidar la estratificación de la pirámide cultural y del gusto, con una dualidad de la sociedad acorde con la dualidad económica y educacional que le preexiste y en la que se basa”.

Según, Carlos Lozano Calderón Presidente Ejecutivo de AIMC²³³, afirma que “la propia definición del medio está en su denominación: temáticos, especializados, targetizados. Adicionalmente a esto, la marca de muchos de los canales, en sí misma, es un valor por su fuerte asociación con distintos entornos referenciales: el deporte (tanto a nivel general como especializado), el cine en todos sus subgéneros, el mundo del ocio, la cultura, la divulgación científica, el universo, infantil/ juvenil, etc”. Éste es un aspecto muy importante para la publicidad vinculando productos y servicios con entornos de comunicación adecuados, buscando un mayor rendimiento en notoriedad y retorno de la inversión.

²³³ Carlos Lozano Calderón, Presidente Ejecutivo de AIMC. “Canales temáticos; el valor de la marca”. El libro verde de los canales temáticos. Una perspectiva multidisciplinar de la publicidad en los canales temáticos.

Y este modelo aspira a crecer, además, en la cultura claustrofóbica de un hogar blindado contra la socialización en los espacios públicos, percibidos cada vez más como junglas temibles pobladas por marginados. La profecía de Moles sobre la opulencia comunicacional se ha hecho realidad al final de milenio, por lo menos para unos cuantos, pero la pantallización generalizada de la sociedad nos ha planteado el dilema de qué mirar en los múltiples terminales de la sociedad cableada. Una pared con pocos carteles atrae la mirada, pero si hay demasiados no se mira, explicaba Moles hace veinte años. Y la información sólo es útil si uno sabe seleccionarla y evaluar su pertinencia. La prodigalidad mediática es ahora tan grande que Humberto Eco ha podido decir que hoy es un signo de distinción no salir en televisión. También se puede morir de empacho.

¿Qué lectura se puede hacer de todas estas nuevas circunstancias? Una primera lectura positiva es que ahora más que nunca la televisión va a tener que buscar su rentabilidad social. Si el argumento tradicional que se daba era que la televisión más volcada en el servicio público no obtenía audiencias suficientes, en estos momentos, el que dentro de las ofertas generalistas una cadena como La 2 de TVE, de marcado interés cultural y educativo, obtenga entre un 7 y un 8 por ciento de audiencia media al mes debe ser mirado como un éxito, dado que la rentabilidad social representa un valor añadido que ahora, más que nunca, deberá ser tenido en cuenta durante este período de crisis. Un dato clave es que la audiencia de La 2 es fiel y constante seguidora de los programas que van más allá del mero entretenimiento. O lo que es lo mismo, no suele fallar cuando se ofrecen programas con valores consensuados por diversos agentes sociales –espectadores, profesionales, instituciones, etc.– como espacios de calidad. No obstante, “el concepto de calidad es un concepto tan difícilmente definible que sólo podemos plantearnos el modesto objetivo de tratar de suministrar ideas para promover ese debate pendiente” (García. A, 2003: 48-49).

Podemos citar como paradigma de la televisión educativa y con anhelos de formación social y cultural, el programa *Colp d'ull*²³⁴. Hay que recordar como anteriormente indicamos, que “los propios programas televisivos de este género, constituyen en sí mismo una referencia patrimonial a tener en cuenta, como ocurrió con *Metrópolis* un caso ejemplar de generación de arte a través de la televisión, como prueba la decisión del Museo de Arte Reina Sofía de que sus programas formaran parte de los fondos documentales de la pinacoteca, para que los investigadores y estudiosos del arte contemporáneo y de vanguardia puedan acceder a las imágenes que *Metrópolis* ha ido acumulando a lo largo de su ya larga historia” (Rodríguez, 2003: 161). A partir de ese momento, el programa-objeto, se tratará como un producto artístico y educativo, para futuras consultas y como documentación de una estética y una teoría del arte determinada.

La importancia que para el prestigio de la cadena ha tenido *Colp d'ull* es más que conocido. Pero una vez más los tentáculos políticos actuaron y las decisiones de programación se realizaron extramuros del centro de Burjassot. Numerosos premios de destacadas instituciones culturales y del mundo de la comunicación fueron concedidos a este espacio presentado por Maria Josep Poquet, y producido por Rafael Alborch. Entre otros cabe destacar los premios al periodismo escrito y oral concedido por el Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana. Desde entonces hace que el departamento de creación de programas de producción propia de TVV permanece aletargado. La creciente e imparable externalización de la programación ha alcanzado también al área cultural. La producción propia se reduce a los informativos, *Babalà*, los espacios deportivos, *Música i punt* (una voz en *off* presentando vídeo-clips), *Solidaris*, *Medi Ambient* y la *Agenda*. Los gastos de programación no sólo se ha disparado, sino que el control sobre la concesión de espacios de producción,

²³⁴ Programa contenedor de diversas propuestas culturales y artísticas, sin antecedentes en la Comunitat Valenciana. Al respecto, se ha editado un Cd'ull, resumen audiovisual de los 50 primeros programas del espacio cultural televisivo *Colp d'ull* de Radio Televisión Valenciana Canal 9. Programa multimedia desarrollado para plataformas PC y MAC. Este trabajo quedó finalista al premio MOEBIUS como mejor CD-ROM multimedia del año 1998.

carece de la más mínima lógica empresarial. Así, podemos establecer los gastos de esas producciones concedidas a productoras privadas –pocas de ellas de la Comunitat Valenciana, como debería de ser según la Ley de creación del Ente, para favorecer y enriquecer el Audiovisual Valenciano-.

¿Las ventajas? Que ello ayude a que el exangüe sector audiovisual valenciano se consolide ¿Los inconvenientes? La gran mayoría de los profesionales de TVV que, a pesar de idear proyectos, continúan con los brazos cruzados. ¿La realidad? La mayoría de los presupuestos más generosos tienen como destino productoras de fuera de nuestras fronteras y, en muchos casos, las cantidades pagadas por espacio y su rentabilidad y audiencia no se corresponden ni de lejos.

Respecto a la producción propia, Enrique Bustamante (2002: 229) indica que, “la Televisión es una fábrica compleja, cuya *materia prima*, los programas que deben empaquetarse en la rejilla de programación, guardan procedencias muy diversas, desde la producción de la propia cadena (producción propia interna) hasta la producción encargada a agentes externos (producción independiente) y las compras de productos ajenos ya realizados, la mayoría de los cuales tiene origen en las importaciones del exterior”.

Y por ello, de la programación cultural en el Ente Público desde sus inicios, y desde posiciones sociológicas “cal subratllar que, ni que fos de manera emblemàtica, Canal 9 no va a posar en antena cap programa específicament cultural fins molt temps despres del començ de les emissions i, quan ho va fer, l’emetia a la una (01h) de la matinada. Aquest perfil de la programació va decebre les expectatives que hi havia dipositat els sectors que havien maldat per una televisió pública valenciana. De bon començament, Canal 9 havia optat per un model agresivament comercial en els continguts, emetia la totalitat dels programes de ficció en castellà, llevat d’alguna pel.lícula molt de tan en tant, i la producció pròpia no assolía la qualitat esperada. Els programes d’entreteniment eren considerats degradants i pels *talk-shows* desfilava el més ranci de la societat valenciana i el castissime espanyol, amb despeses astronòmiques per mostrar algun actor o actriu de Hollywood” (Xambó, 2001: 125).

Parece claro que la producción de programas sobre patrimonio cultura y artístico en una televisión de carácter público como es Televisión Valenciana, no estaría justificado si únicamente se valorasen cuestiones relativas al desembolso y reembolso económico. Aunque carece de toda duda, la necesidad de producción de este tipo de obras, tendrá una rentabilidad educativa y social, en el mejor de los casos, en un tiempo futuro.

La rentabilidad social como ha quedado claro, es de una necesidad perentoria, no sólo desde un posicionamiento socio-educativo, también como preservador de aspectos éticos y morales, además de cultivador de una educación audiovisual.

Determinar si la programación es debida a la demanda de la audiencia, o si esta está condicionada previamente por la absorción de determinados modelos espectaculares, es una cuestión baladí. Trataremos de explicar, ya no únicamente la necesidad de este tipo de programación, sino de efectuar estadísticas reales de programas sobre patrimonio cultural, estadísticas estas que aportaran un perfil objetivo y empírico de los modelos empleados como válidos.

Respecto a los ejemplos reales y puntuales de programación cultural y de patrimonio cultural en TVV se han creado documentos audiovisuales con una dignidad y calidad tal que justifican por ello mismos el avance y la creación de nuevas producciones. Por una parte, un modelo de alta calidad son los documentales de producción propia realizados por profesionales propios del ente. Son documentales con una gran carga historicista, además de una cuidadísima fotografía y una estructura narrativa muy pedagógica, con una duración alrededor de 40 minutos. Emitidos muchos de ellos los días 9 de Octubre por razones de índole tradicional, su emisión cubre esas mañanas festivas donde afloran sentimientos de autoreafirmación como pueblo, aunque las visiones son distintas según las tesis políticas que se reconozcan.

En la siguiente tabla se describen aquellas producciones de un solo capítulo, la mayoría de ellas como producciones propias de TVV, todas ellas en valenciano y con una duración entre 40 y 60 minutos.

FECHA EMISIÓN	DURACIÓN	TÍTULO DOCUMENTAL
09/10/1997	60´	<i>Ausias March</i>
09/10/2003	45,	<i>Camins Valencians del Cister</i>
09/10/2004	41´	<i>Els camins de Cavanilles</i>
09/10/2004	45	<i>En companyia de Max Linder</i>
09/10/2005	25´	<i>Sorolla: el pintor de la llum</i>
09/10/2006	54´	<i>Un cel d`àngels</i>
09/10/2007	50´	L`últim viatge de Sorolla

Producciones culturales de un único capítulo, (elaboración propia)

De esta tipología documental cabe destacar *Un cel d`àngels* que se produjo por un equipo completo técnico y de redacción que siguió durante 20 meses la restauración de los frescos de la Catedral. El documental recoge todo el proceso de restauración de los frescos renacentistas hallados en el altar mayor de la Catedral de Valencia tras permanecer ocultos tras una bóveda barroca. Según el catedrático de Historia del Arte, Ximo Company “pictóricamente –y patrimonialmente- hablando todavía no somos lo suficientemente consciente de lo acontecido en la Catedral de Valencia en los últimos años, estos es, de la grandeza y excelsa fortuna de haber redescubierto en la mencionada Seo las más hermosas pinturas murales del primer Renacimiento español. Es un acontecimiento de primera magnitud” (Company, 2006: 16).

El 24 de junio de 2004 fue el día en el que Carmen Pérez y Javier Catalá encontraban unas pinturas renacentistas en las que tan sólo se tenía constancia de su existencia a través de documentos históricos “de inmediato, un equipo de RTVV, se puso manos a la obra de manera discreta para documentar y realizar un seguimiento del desarrollo de este acontecimiento. Al mismo tiempo que Carmen Pérez confirmaba un equipo interdisciplinar para acometer el proyecto de restauración integral de la Capilla Mayor, el equipo de RTVV se sumó al resto del grupo para poder así documentar desde el inicio todo el proceso de restauración que ha culminado con exhibición pública de estas valiosas pinturas y con la emisión del documental *Un cel d'àngels*. El guionista del documental Nel-lo Pellicer explicaba que “nos planteamos el reto de convertir una naturaleza muerta, por usar un símil artístico, en algo ágil, dinámico y atractivo para el espectador sin dejar de ser rigurosos (...). Los propios restauradores que son los que mejor podían reproducir las técnicas utilizadas por los artistas, se prestaron a hacer de actores por un día e interpretar a los autores italianos delante de nuestras cámaras. La directora de la restauración Carmen Pérez, señaló que se creó una relación entrañable con el equipo de Canal 9 de modo que se puede afirmar que pasaron a formar parte del equipo de restauración”²³⁵.

El mismo guionista indica que “hay que señalar que el seguimiento de la restauración de los frescos de la catedral se puso en marcha porque era un encargo de la Dirección General de RTVV al área de informativos. Dicho encargo, trasladado sin demasiado entusiasmo por el coordinador del área, partió de la sugerencia del mismo equipo de restauración a la cúpula de la Conselleria de Cultura. No fue hasta bien avanzado el proceso de recuperación y restauración de los frescos cuando, a consecuencia de la amplificación de la noticia en el resto de medios (fundamentalmente prensa y televisión), que el tema adquirió una nueva dimensión, que se tradujo en una valoración periodística distinta a la que hasta entonces había. Aún así, una vez finalizado el trabajo nunca se programó en prime-time. En su versión más corta (40 minutos) se programó alrededor de las 9'30 de la mañana de la festividad autonómica del 9 d'octubre de 2006 y en su versión más extensa (55 minutos)

²³⁵ En *La Revista de RTVV*, nº 4 primavera 2007. Págs. 76-80

se programó alrededor de la medianoche en Punt 2, el segundo canal de la televisión autonómica”²³⁶

El resultado final de *Un cel d'àngels*²³⁷ esta colaboración han sido más de 50 cintas de vídeo que contienen alrededor de 40 horas de grabación. Seleccionar y montar este ingente material ha sido una ardua labor que han llevado a cabo los periodistas de RTVV y quienes finalmente lo han reducido en 50 minutos de duración.

En la fiesta del 9 de octubre de 2007 se emitió *L'últim viatge de Sorolla*, un reportaje realizado por los servicios informativos de RTVV que cuenta con imágenes inéditas del traslado de los murales que el pintor valenciano Joaquín Sorolla realizó para la Hispanic Society de Nueva York. Durante las semanas que ha durado el desmontaje, traslado y montaje posterior, un equipo de Canal 9 ha realizado un seguimiento exhaustivo de estos murales. Desde su ubicación habitual en Nueva York, las 14 pinturas de Sorolla han viajado hasta la Fundación Bancaja en València, y *L'últim viatge de Sorolla* nos mostrará cómo ha sido este viaje, cómo estaban los murales en la Hispanic Society de Nueva York y cómo quedarán en València para su exposición.

Por otra parte RTVV también ha colaborado en series con contenidos sobre patrimonio cultural artístico. Se trata de una miniserie de DePalacio Films para RTVV, financiada por la Generalitat, fruto del Convenio para el fomento del sector audiovisual. En *Cartas de Sorolla* -una coproducción de RTVV- su director José Antonio Escrivá ha conseguido que los cuadros más famosos del artista cobren vida. Estrenado²³⁸ el 13 de noviembre de 2006, con dos capítulos

²³⁶ Declaraciones personales del periodista y guionista de TVV Nel-lo Pellicer para la presente tesis doctoral. 18 de septiembre de 2007.

²³⁷ “Se trata de una pieza periodística que además de emitirse en Canal 9, ha podido verse en el Congreso de Restauración llevado a cabo en Valladolid y en el simposio Internacional que tuvo lugar en Valencia el 19 y 20 de enero y en el que se acordó dejar los frescos al descubierto para el disfrute de los visitantes de la Catedral”. En *La Revista de RTVV*, nº 4 primavera 2007. Pág. 79.

²³⁸ “Pepe Sancho, que encarna el papel de Joaquín Sorolla, comentaba ayer en rueda de prensa la intensidad con la que ha vivido el rodaje: “*Cartas de Sorolla* es una película que ha contado con todos los medios del gran cine. Posee una gran óptica cinematográfica. Se ha realizado una gran esfuerzo administrativo para que en Valencia, además de producir, también se adquiriera una dimensión en el séptimo arte”. El actor volvió a apoyar la política en la programación de Televisión Valenciana: “Hoy las televisiones están faltas de productos como éste y sobra de tantos otros”. En *Las Provincias*, 8 de noviembre de 2006, pág 39.

de una hora de duración. En esta película “obras como *Arrastre del bou*, *El palmeral de Elche* o *La Playa de Valencia* son recreadas por RTVV, en la que todos los medios dramáticos necesarios para una correcta ambientación de momentos y personajes, se escenifican los más representativos de la vida del pintor. Desde sus primeros maestros hasta las más ilustres figuras que posaron para sus retratos, entre las que figura un presidente de los Estados Unidos y el rey de España Alfonso XIII, así como toda una ilustre pléyade de escritores o profesionales de la ciencia. Y, por supuesto, su familia, de la que trazó auténticas obras de arte”²³⁹.

Otra de las coproducciones en las que RTVV ha participado es *Los Borgia*²⁴⁰, “se ha presentado como una de las grandes películas del próximo año y una de las más destacadas del cine español, ha su estreno en todos los cines españoles el viernes 6 de octubre, le precedió el preestreno de la película el pasado 3 de octubre en Valencia, ciudad en la que han rodado muchas de sus escenas. Al preestreno acudió el presidente de la Generalitat, Francisco Camps con su esposa y gran parte del Gobierno Valenciano, que ha apoyado esta producción nacional en la que se cuenta la vida de esta conocida y prestigiosa familia valenciana, además de una buena representación de la sociedad valenciana.”

Se da la circunstancia de que Antena 3 sacó adelante un proyecto que durante varios años ha estado en la agenda de la Generalitat. En 2003, la Ciudad de la Luz compraba los derechos de la novela *Los Borgia*, de Mario Puzo, por un plazo de 18 meses. Durante ese tiempo no se llegó a presentar ningún guión ni se consiguió productor. Con el proyecto paralizado, Antena 3 presentó el suyo, encontrando el apoyo del Gobierno valenciano. Éste, a diferencia del Tirant, no ha sido como co-productor, según aseguraron ayer a

²³⁹ En *La Revista de RTVV*, nº 3 otoño 2006. Págs. 39-41.

²⁴⁰ “La película dirigida por Antonio Hernández, uno de los directores más reconocidos del cine español y ganador de una Goya por su película “En la ciudad sin límites”, se centra en 12 años de la familia valenciana de Los Borgia entre 1492 y 1504. Cuenta la vida del Papa Alejandro VI (Lluís Homar) y sus hijos Lucrecia (María Valverde), César (Sergio Peris-Mencheta) y Jofre (Eloy Azorín). A ellos se suma una amplia lista de los actores más importantes del país hasta completar un reparto de lujo, que incluye a Paz Vega, Emilio Gutiérrez Caba, Roberto Álvarez, Ángela Molina, Eusebio Poncela, Antonio Valero, Roberto Enríquez, Diego Martín, Mónica Cruz y Miguel Ángel Muñoz”. En *Maica, la Revista para la sociedad Valenciana*, octubre 2006, pág. 5.

este diario fuentes de Presidencia. *Los Borgia* pretende convertirse en «una de las grandes películas de 2006 y una de las más destacadas del cine español», según aseguraron sus responsables. El rodaje de la película comenzó hace casi un año, en concreto, el 17 de octubre de 2005 en Italia y se trasladó a finales del mes de diciembre a la Comunitat Valenciana. Gandia, localidad natal de la saga, y Valencia fueron los emplazamientos elegidos para continuar la filmación que ya ha finalizado, (A. Blancas, *Levante-EMV*, 19 septiembre 2006).

En últimas fechas, Televisión Valenciana ha comenzado a emitir un programa sobre literatura valenciana. Un hecho excepcional que ha hecho realidad la productora valenciana *2many Producers* realizando la serie documental denominada *Els Territoris de la Ficció*, dirigido y guionizado por Eduard Guillot, centrado en diversos autores literarios y el espacio físico que conforma la geografía de sus obras. La serie documental pretende indagar en los territorios reales donde surgen las ficciones literarias y sus personajes.

El planteamiento consiste en visitar esos lugares acompañados del autor, quién irá descubriendo las fuentes de inspiración de sus textos, ya sean calles, edificios o personajes. A partir de esta primera aproximación física, cada capítulo ofrecerá una visión panorámica de la obra fundamental del personaje abordado. Las conversaciones con el escritor, las localizaciones de las entrevistas, las diversas voces afines al universo literario del protagonista y otros materiales relacionados con su obra, desde las adaptaciones cinematográficas o escénicas de sus escritos hasta una imagen alusiva a los argumentos o temas recurrentes de sus novelas, irán conformando una aproximación a la literatura que se pretende seria y rigurosa, pero también amena.

La selección de autores elegida para esta primera entrega de 13 capítulos de *Els Territoris de la Ficció*, se ha realizado tratando de mostrar la versátil realidad literaria de la Comunitat Valenciana en la actualidad. Entre los autores elegidos hay tanto hombres como mujeres, escritores en valencià y en castellano, dramaturgos, poetas, ensayistas y novelistas. Autores nacidos dentro del territorio valenciano e incluso en algún caso, fuera de los términos geográficos de la Comunitat aunque hayan desarrollado su trayectoria literaria

dentro de ella.

El listado de los autores presentes en esta primera entrega es:

- Manuel Vicent (Vilavella, Castelló, 1936. Narrativa),
- Vicente Molina Foix (Elx, 1946. Narrativa),
- Ferran Torrent (Sedaví, 1951. Narrativa),
- Pilar Pedraza (Toledo, 1951. Narrativa),
- Carlos Marzal (València, 1961. Poesía / Narrativa),
- Pedro Mestre (Elda, 1967. Narrativa),
- Enrique Cerdán Tato (Alacant, 1930. Narrativa / Assaig),
- Ricard Bellveser (València, 1948. Poesía / Narrativa),
- Susana Fortes (Pontevedra, 1959. Narrativa),
- Josep Lozano (Alginet, 1948. Narrativa),
- Vicente Gallego (València, 1963, Poesía),
- Rodolf Sirera (València, 1948. Teatre),
- Isabel-Clara Simó (Alcoi, 1943. Narrativa).

En la tabla 1 de anexo -Producciones culturales en TVV (1989-2007)- se han enumerado aquellas producciones culturales y patrimoniales que TVV o productoras externas (en ocasiones coproducciones) han desarrollado desde los inicios de las emisiones regulares de TVV en 1989 hasta 2007. Se tratan de documentales o capítulos de series sobre patrimonio cultural, patrimonio histórico, natural, pictórico, etc, que se han ido sucediendo a los largo de la vida del canal público.

Una vez analizados todas las producciones expuestas, se han obtenido las siguientes conclusiones:

Respecto al número de producciones sobre patrimonio cultural y artístico que se han realizado a los largo de los 18 años de existencia de la televisión pública valenciana, en el gráfico 1, se ha observado que con una producción mínima en los inicios de las emisiones en 1989, se ha ido incrementando progresivamente el número de documentales y series. Sin tener en cuenta la tipología documental, el idioma o el régimen administrativo de la producción, y aunque no de forma lineal, se descubre que permanece constante hasta 1994 cuando sufre un ligero incremento. No será hasta 1996 cuando se produzca un verdadero despunte de producción de este tipo de documentales y series. A partir del año 2002 hasta 2004 se advierte una gran cantidad de emisiones, pero a partir de esa fecha dejan casi de existir. Desde 2004 la política de programación del ente hace recuperar producciones pasadas, reemitiendo series documentales y anulando a producción de nuevas series.

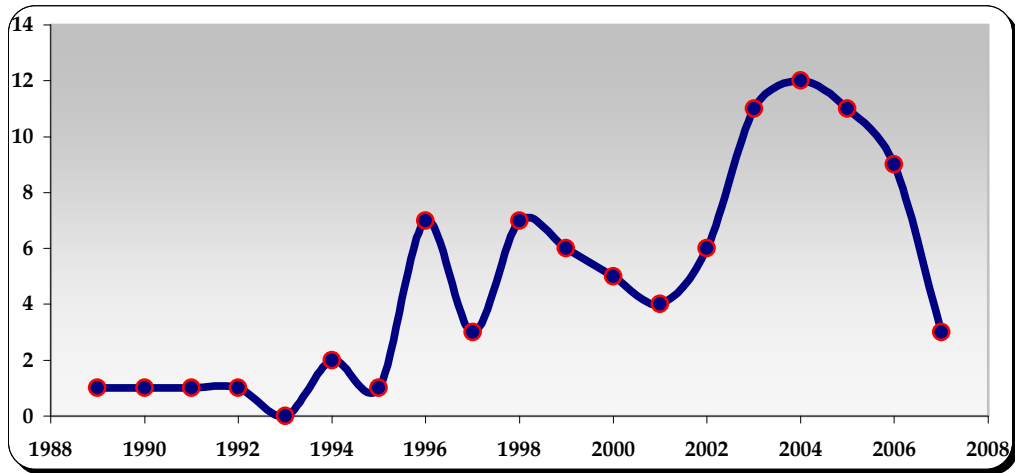


Gráfico 1 (Nº documentales-programas/año), (elaboración propia)

En el gráfico 2, se analiza el número de documentales producidos desde las tres posibilidades administrativas empleadas en RTVV. La producción propia, la coproducción y la externalización de programas. Hay un profundo desequilibrio entre el número de producciones realizadas por empresas externas y las producidas tanto como coproducciones o como producción propia. La producción externa es empleada en el doble de casos que las otras, que están igualadas en el número de ejemplos. Esta producción externa supone casi el 50% de los documentales culturales en TVV.

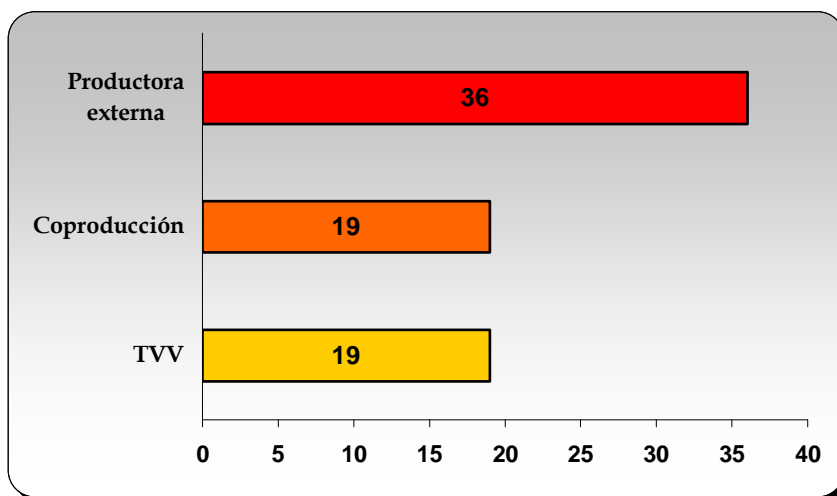


Gráfico 2 (Origen de la producción/ Nº documentales), (elaboración propia)

En cuanto a los años en los que se hace más usual las producciones externas, en el gráfico 3, se observa que en el año 2004 supone el cenit de esta estadística con 9 producciones de las 12 realizadas ese año. Desde el año 1989 hasta 1995 no existe ninguna producción externa relativa a la programación sobre patrimonio cultural.

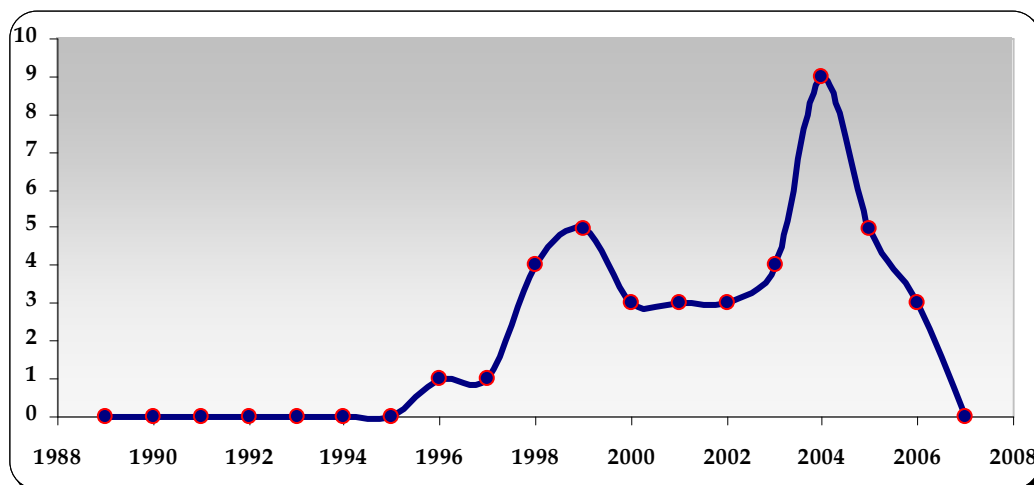


Gráfico 3 (Producción externa. Nº títulos/año), (elaboración propia)

El porcentaje de producciones propias de TVV se ven reflejadas en el gráfico 4. En el 2003 se producen 4 documentales de producción propia (es necesario indicar que se año se produjeron 11 títulos documentales).

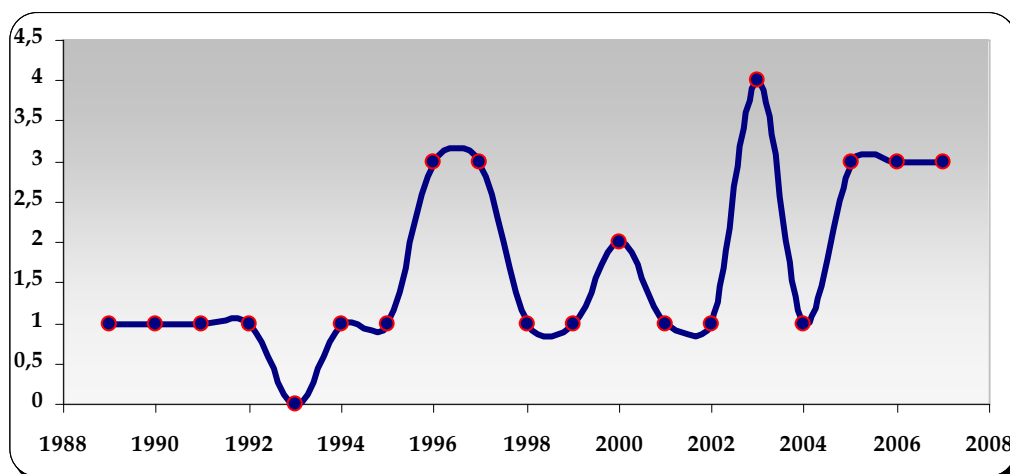


Gráfico 4 (Producción propia. Nº títulos/año), (elaboración propia)

En cuanto a la coproducción entre TVV y productoras externas, en el gráfico 5 se puede observar la evolución de esta tipología de producción en cuanto a los títulos de documentales emitidos:

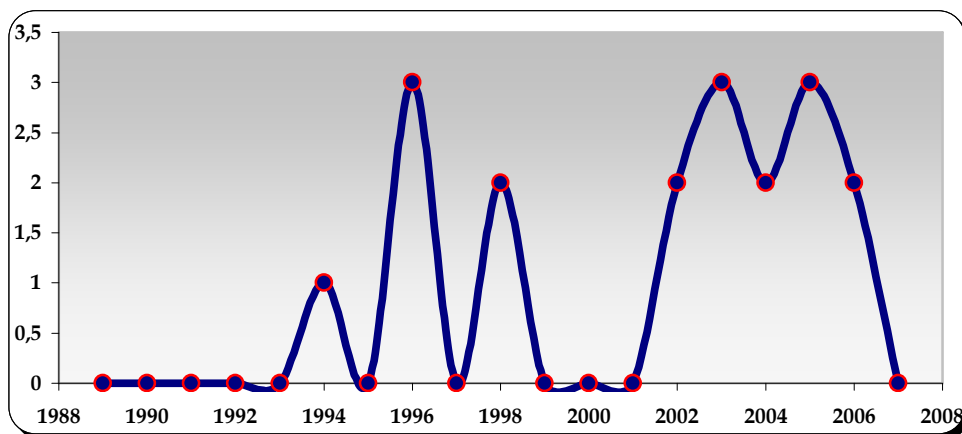


Gráfico 5 (Coproducción. Nº títulos/año), (elaboración propia)

La tipología documental es analizada en el gráfico 6, Como se ha indicado anteriormente, la gran dificultad de catalogación de este tipo de producciones culturales ha obligado a aceptar las 10 propuestas orientativas según fuentes propias de TVV, logrando con ello una mayor coherencia estadística.

De esa forma los documentales y series culturales responden a las siguientes categorías; ópera, arquitectura, teatro, pintura/escultura/nuevas tendencias, arte pictórico, patrimonio natural, cultura, música, miscelánea/arte/cultura/debate, e historia/biografía. La categoría de historia/biografía es la que más presencia ha tenido en la rejilla de programación, siendo la de pintura/escultura/nuevas tendencias, la que menos minutos ha tenido.

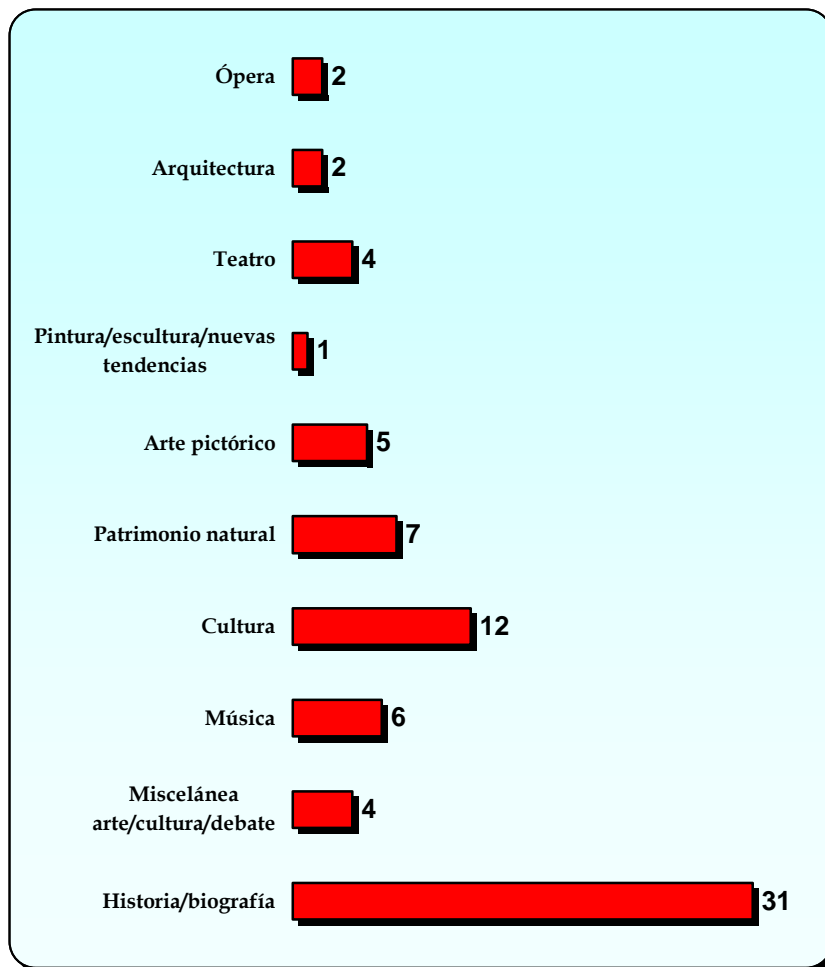


Gráfico 6 (Categoría temática/nº documentales), (elaboración propia)

Los años en los que existe constancia de la emisión de programas sobre patrimonio cultural con un formato de debate están especificados en el gráfico 7. En este tipo de programa el debate cultural entre expertos acreditados sobre el tema a tratar está presente en la mayor parte de la producción. Las posibilidades dialécticas y críticas de todo proceso artístico y cultural ven en este tipo de programas un espacio abierto y de posibilidades mediáticas democráticas.

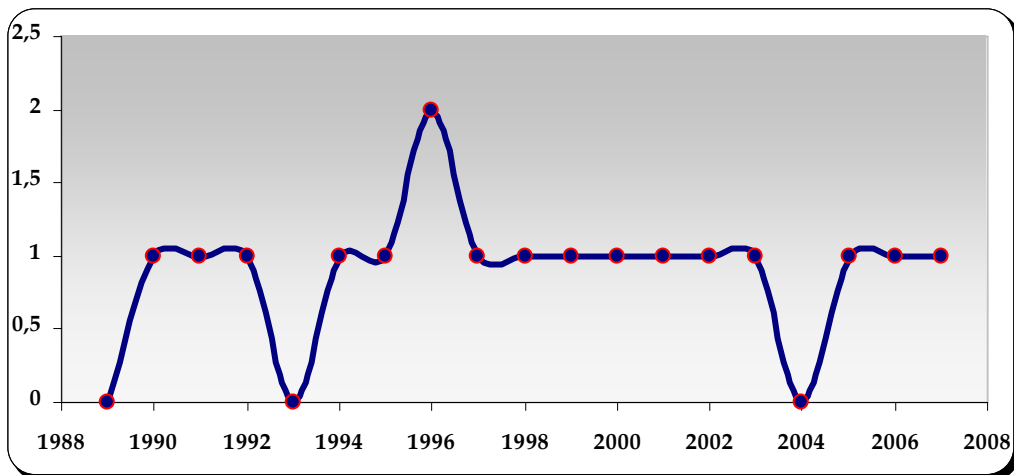


Gráfico 7 (nº programas formato debate/año), (elaboración propia)

El idioma empleado en este tipo de producciones culturales también es una variable importante para poder analizar la trayectoria de programación de TVV. En el gráfico 8, se descubre una paridad entre el valenciano y el castellano en cuanto al número de programas emitidos en esa lengua, con independencia de la tipología de programación cultural analizada. Así, en el caso de producciones donde se emplea indistintamente el valenciano, el castellano y el inglés es apenas un 1%.

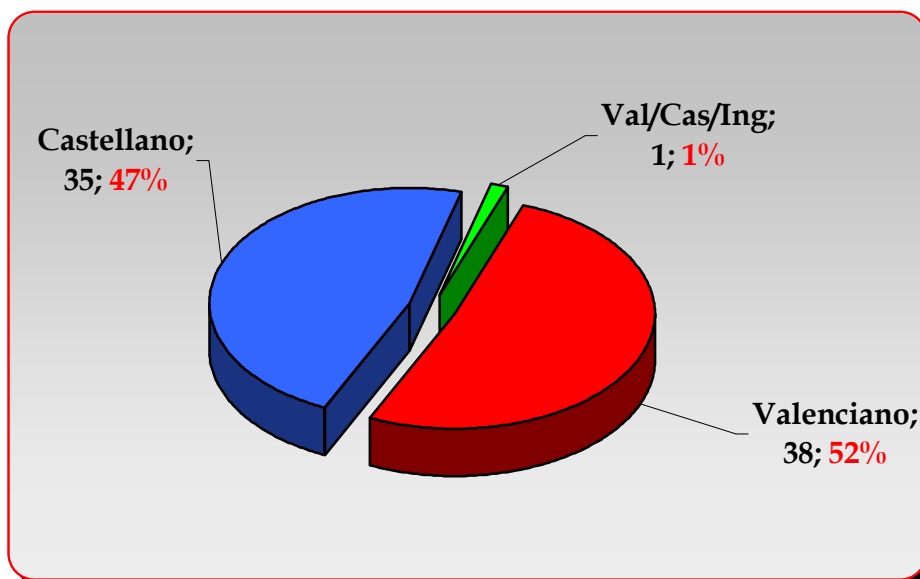


Gráfico 8 (Idioma/nº programas/%), (elaboración propia)

Sin olvidar la importancia que el idioma tiene para las producciones culturales, más siendo un ente público, se han analizado en los gráficos 9, 10 y 11, el número de producciones en valenciano y castellano dependiendo de la modalidad de producción que se trate. Se indiscutible que en las producciones propias el valenciano está presente en casi la totalidad de los documentales con un 95%, mientras que sólo el 5% se realizan en castellano.

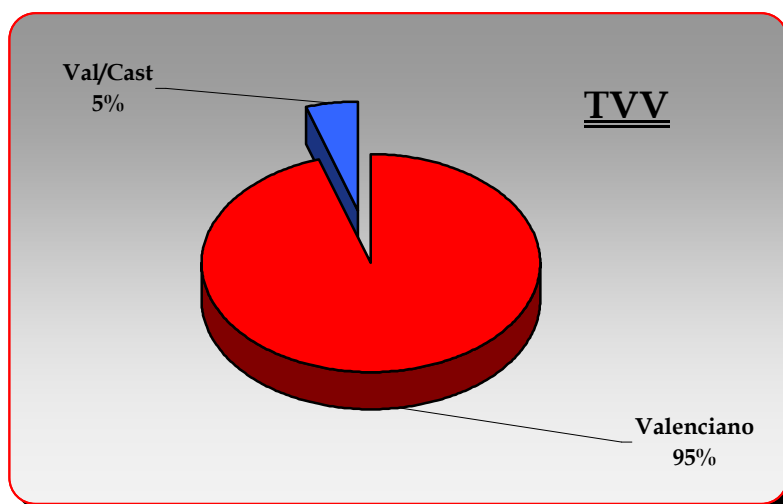


Gráfico 9 (Idioma en producción propia TVV), (elaboración propia)

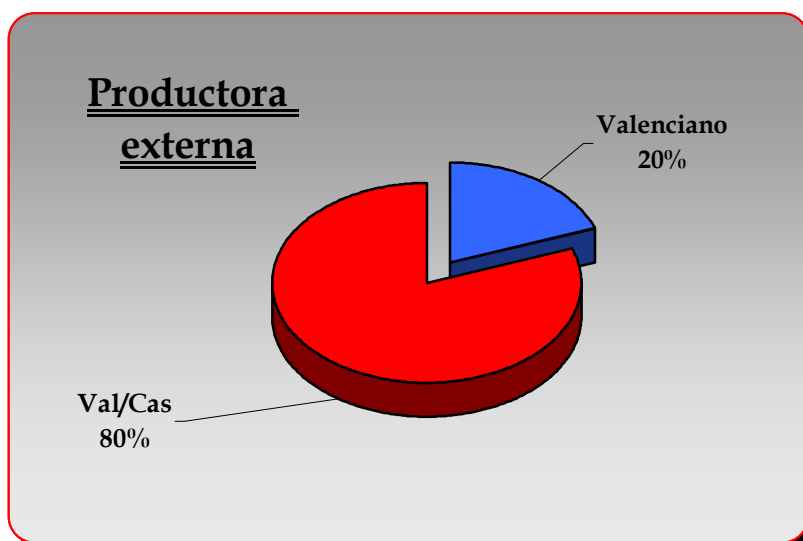


Gráfico 10 (Idioma en productora externa), (elaboración propia)

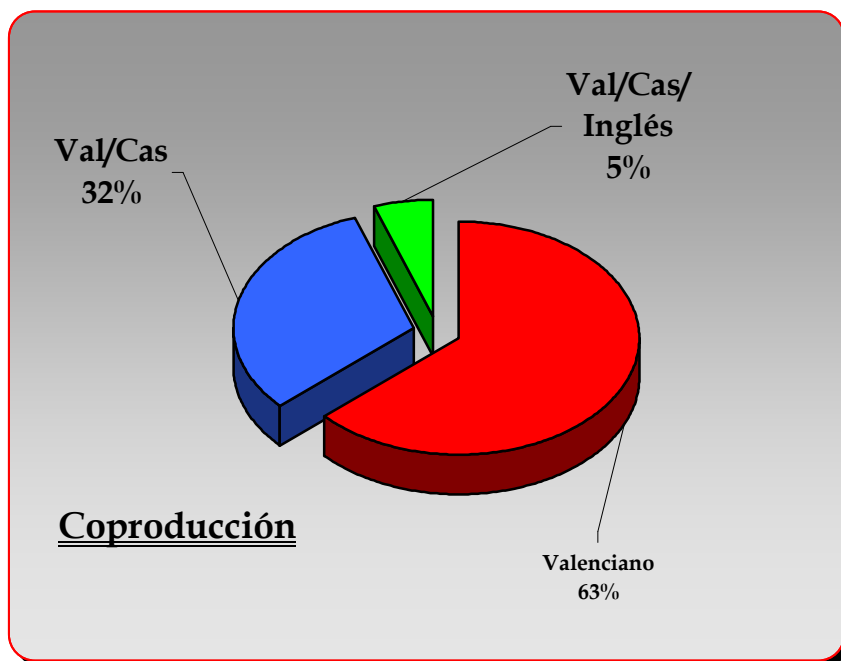


Gráfico 11 (Idioma en coproducción), (elaboración propia)

Esta estadística se invierte en las producciones totalmente externas, es decir sin intervención del ente. En este caso sólo el 20% se realizan en valenciano, siendo el 80% restante un alto porcentaje de uso de las dos lenguas. Es importante recordar que las producciones externas son casi el 50% de las realizadas para programas sobre patrimonio cultural. En las coproducciones el valenciano supone el 63% de las emisiones, siendo el resto para el valenciano/castellano con un 32%.

3.4. Análisis de programas sobre patrimonio cultural con formato de debate.

La cultura tradicional y popular es el conjunto de creaciones que emanan de unas comunidades culturales fundadas en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura y otras artes²⁴¹.

El intento de definición del término Cultura o en su defecto la aproximación etimológica ya ha sido tratado anteriormente en esta investigación. Pero es en el inicio del análisis de contenido cultural televisivo propuesto cuando es necesario traer a la memoria a M. Horkheimer y T.W Adorno (1994: 61) al asegurar ya en 1947 que “la cultura es una mercadería paradójica. Se encuentra hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni tan sólo es intercambiable, se disuelve ciegamente en el uso, que ya no es posible utilizarla”,

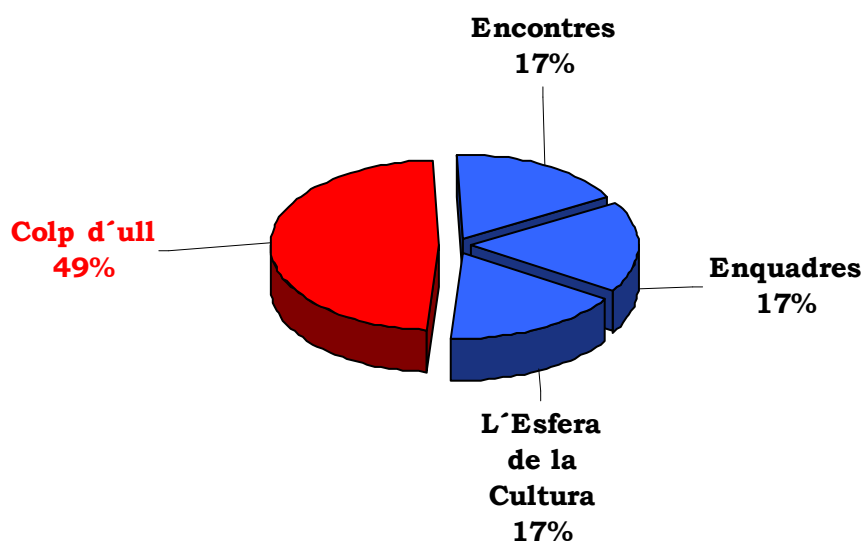
Partiendo de esta recomendación de la UNESCO se ha procedido al análisis de los programas que sobre cultura y patrimonio ha emitido Televisión Valenciana desde que comenzaran sus emisiones regulares en octubre de 1989. Esta tipología de programación cultural tiene el añadido de poseer una estructura de debate, una posibilidad que enriquece el discurso comunicativo, a la vez que intenta indagar en las opiniones que los distintos creadores culturales ofertan en el capítulo donde parte de su obra es analizada.

²⁴¹ Recomendación sobre la salvaguardia de la Cultura tradicional y popular. (Adoptada por la Conferencia General en su 25ª sesión). París. UNESCO. 15 de Noviembre de 1989.

Los programas que se han considerado para este estudio son:

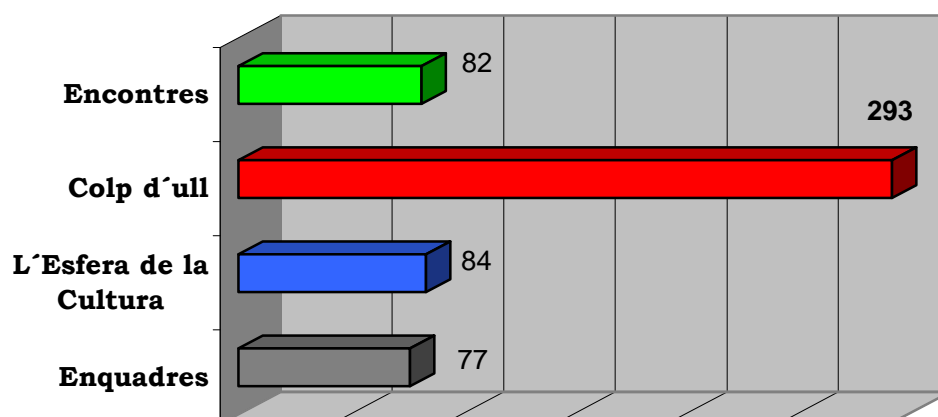
Programa	Fecha inicio	Fecha finalización	Nº capítulos
<i>Enquadres</i>	3 enero de 1990	30 junio de 1992	77
<i>L´esfera de la Cultura</i>	24 enero de 1994	30 mayo de 1996	84
<i>Colp d´ull</i>	17 octubre de 1996	30 mayo de 2003	293
<i>Encontres</i>	25 febrero de 2005	Actualmente en emisión	82

Como se ha indicado anteriormente, desde el inicio de las emisiones regulares de Televisión Valenciana en octubre de 1989, únicamente se han producido los cuatro programas citados, respecto a una tipología de debate cultural y claramente multidisciplinar. La distribución porcentual de la emisión de esta tipología de programación desde 1989 hasta 2007, en cuanto a duración en rejilla, es la siguiente:



Respecto al número de capítulos que cada uno de estos programas culturales ha emitido se detecta una sensible diferencia de *Colp d'ull* respecto a los otros tres programas. El programa *Colp d'ull* puede ser considerado como el paradigma histórico de la cultura y patrimonio artístico audiovisual en Televisión Valenciana.

El programa cultural *Colp d'ull* emitió 293 capítulos frente a los 84 de *L'Esfera de la Cultura*, 77 de *Enquadres*, y los 82 de *Encontres* (hasta junio de 2007).



Mediante el análisis de esta macromuestra vamos a obtener y conocer el número de programa, la fecha de emisión, el nombre del personaje que aparece presentado y que forma parte del contenido del capítulo, la categoría temática o disciplina artística a la que pertenece dicho personaje²⁴², el lugar de procedencia²⁴³, y por último se establece un listado de todos los reportajes que han aparecido en los distintos capítulos. Tras el visionado de todos los documentos audiovisuales expuestos junto con los datos extraídos del

²⁴² Cuando el creativo analizado se define por una variada disciplina artística, se considerará tan sólo aquella que justifica su presencia en el capítulo. Por esta razón un mismo creativo puede aparecer en distintos capítulos por diferentes creaciones artísticas.

²⁴³ En cuanto al lugar de procedencia, se tendrá en cuenta también la localización geográfica donde el artista o creativo ha desarrollado la mayor parte de su trabajo, y no únicamente su lugar de nacimiento que en cualquier caso será el principal dato.

Departamento de Documentación de Televisión Valenciana se ha logrado obtener todos los datos para la creación de las tablas estadísticas. Únicamente cuando por la inexistencia del material audiovisual -bien por una incorrecta localización o por estar cedido, además de por una posible incorrección en la redacción de los datos documentales que acompaña al archivo audiovisual- ha sido imposible el listado de los contenidos referidos por lo que se ha hecho constar como “*Sin datos*”.

3.4.1. *Enquadres* (1990-1992)

El magazine cultural *Enquadres* puede considerarse como el primero emitido por la cadena autonómica dentro de un formato cultural de debate. Presentado en sus primeros capítulos por Emilio Mayorga, y dirigido por Marisa del Romero, puede ser considerado como el precedente iconográfico y narrativo de otros programas culturales posteriores, como *La Esfera de la Cultura* o el mítico *Colp d'ull*. Supuso un revulsivo estético mediático en un canal público recién estrenado y con unas convenciones todavía por definir. Presentado y resuelto en su totalidad en valenciano, se emitieron 77 capítulos semanales de aproximadamente 50 minutos.

El primer capítulo fue emitido el 3 de enero de 1990, y el último el 30 de junio de 1992. Fraccionado por épocas debido a la estructura propia de producción y documentación, la primera época se sucede desde el inicio hasta el 27 de junio de 1990, la segunda época desde el 4 de marzo de 1991 hasta 17 de junio de 1991, la tercera época desde el 17 de septiembre de 1991 hasta su final el 30 de junio de 1992.

Los contenidos multidisciplinarios sobre arte y cultura a la vez que un evidente guiño estético al programa cultural *Metrópolis* de Televisión Española, son las novedades que marcarán para siempre este programa valenciano, con una intencionalidad y un atrevimiento televisivo que se avanzó en el tiempo. Los reportajes emitidos son de una clara referencia internacional, con unos creadores valencianos que se entremezclan con un referente pop Americano y con una alternativa germana y norte europea.

En la tabla 2 del anexo -4.3.1. Tabla 2. *Enquadres* (1990-1992)- se muestra la relación y análisis de contenido del programa *Enquadres*, donde se dispone de la información relativa al personaje que ha intervenido en el programa cultural, su categoría temática y su procedencia geográfica. También se ha presentado la temática que conforman los reportajes que en este programa se han emitido.

Según los datos de la tabla propuesta, en el gráfico 12 se puede establecer estadísticamente que los reportajes sobre pintura son mayoritarios en el programa *Enquadres*, seguido de música, escultura, fotografía y literatura.

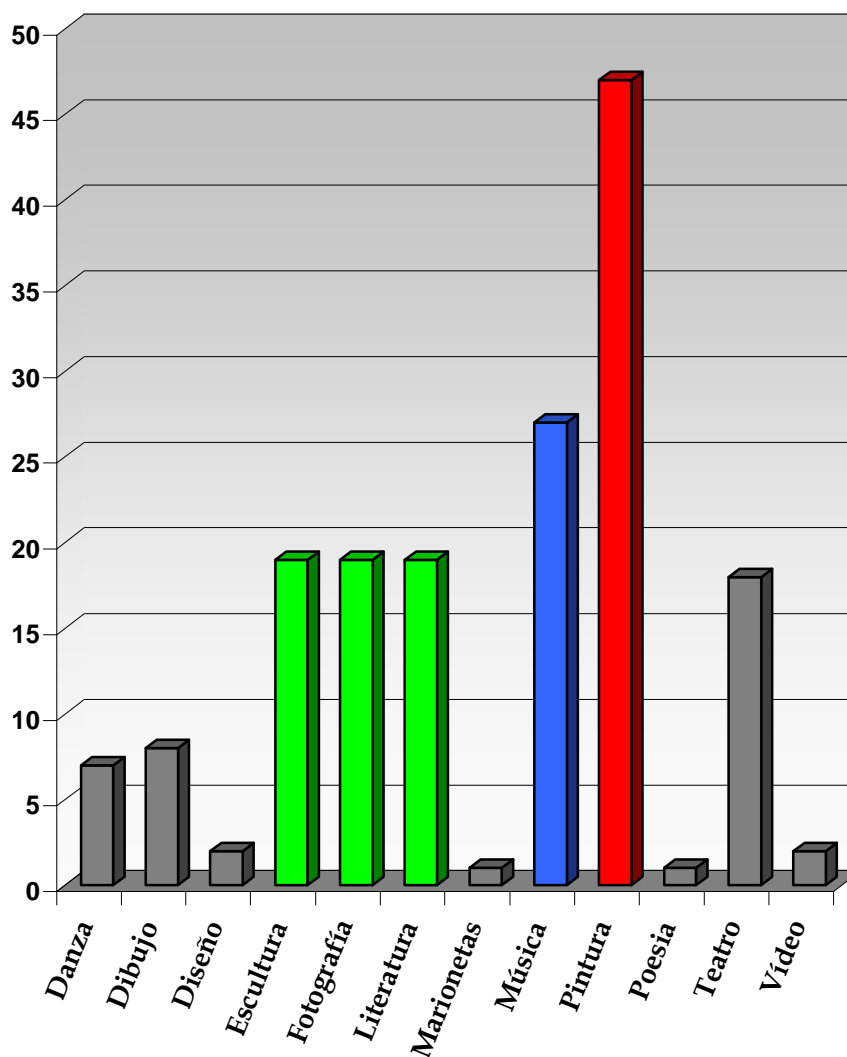
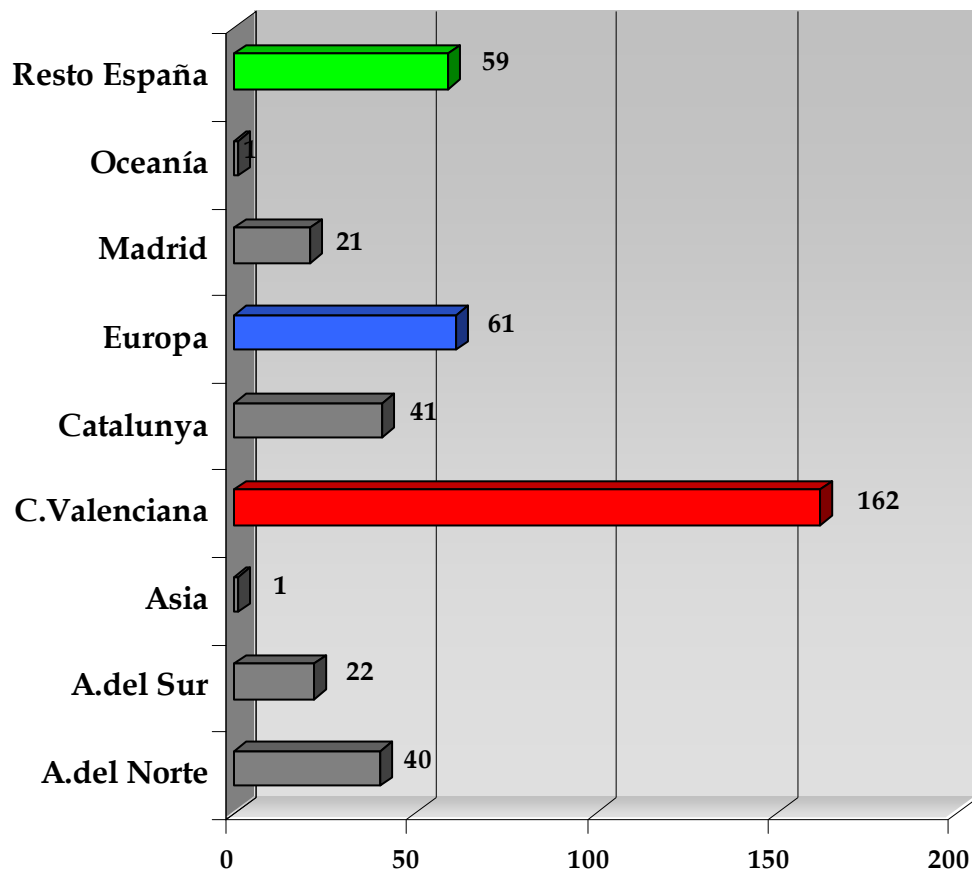


Gráfico 12. (nº de capítulos/ tipología de reportajes), (elaboración propia)

Respecto a la procedencia de los personajes invitados al programa según el gráfico 13, la Comunitat Valenciana es el lugar de procedencia de la mayoría de los invitados con 162 intervenciones. Del continente europeo han aparecido en *Enquadres* 61 intervenciones, seguido del resto de España con 59. De Catalunya proceden 41 intervenciones, y de Madrid 21.



**Gráfico 13. (Procedencia del personaje/nº de intervenciones),
(elaboración propia)**

La categoría temática a la que pertenece cada uno de los personajes aparecidos en los capítulos emitidos de *Enquadres* es de una enorme complejidad. Se ha considerado que la disciplina que es necesaria para establecer la tabla estadística será aquella que presenta el personaje en el capítulo en cuestión, y no únicamente teniendo en cuenta su trayectoria.

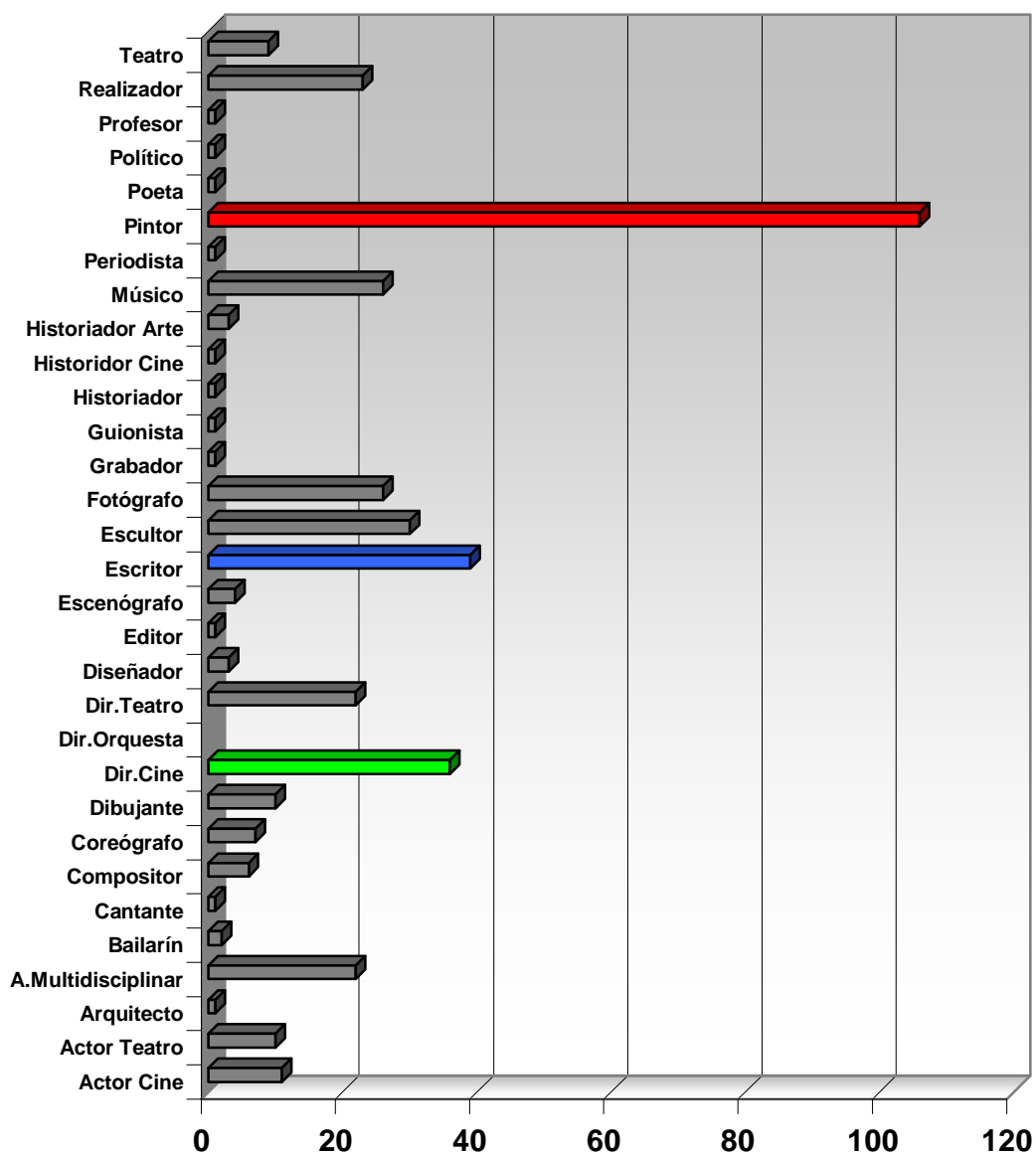


Gráfico 14. (Categoría temática personaje/nº de intervenciones), (elaboración propia).

Según el gráfico 14, la categoría temática de pintor es la que aparece claramente con mayor asiduidad, con una totalidad de más de 100 apariciones. Los escritores en segundo lugar y los directores de cine en tercero, son los creativos con más presencia en *Enquadres*.

3.4.2. *L'esfera de la cultura* (1994-1996)

El programa de producción propia *L'esfera de la cultura* es uno de los primeros ejemplos de programa cultural dentro de una clara ortodoxia metodológica que se emitió en Radio Televisión Valenciana. Con una estética tradicional y unos contenidos claramente estructurados, el programa conjuga reportajes de actualidad cultural, exposiciones, actuaciones, presentaciones escenográficas, además de todas las manifestaciones culturales que ha juicio de los responsables del programa merecían emitirse. Parte del programa respondía a claves informativas, y el resto ofrecía entrevistas a destacados miembros del panorama cultural internacional, nacional y local. La figura del contertuliano toma forma en esta producción, siendo personajes de la esfera cultural valenciana los que conducían el coloquio resumen al tema principal tratado en la edición. Nombres como los periodistas valencianos Rafael Ventura Melià, Antonio Vergara, Rafa Marí, o el escritor catalán Jose Lluís Seguí intentaban analizar los temas tratados en el programa, además de ofrecer una visión personal desde su disciplina profesional.

Con un total de 84 capítulos, *L'esfera de la cultura* comenzó a emitirse el 24 de enero de 1994. El último de estos capítulos finalmente se emitió el 30 de mayo de 1996. La primera etapa del programa llega hasta el capítulo 51 emitido el 5 de julio de 1995. La segunda etapa es retomada meses después, el 11 de octubre del mismo año. El lugar que ocupó en la rejilla de Radio Televisión Valenciana no tuvo un espacio fijo sino que obedeció a las leyes de la contraprogramación y a las emisiones futbolísticas. Lo que permaneció inalterable fue su hora de emisión, que como en casi todos los programas culturales de las televisiones generalistas era a altas horas de la madrugada muy lejano a preciado *Prime Time*.

La mayoría de estas ediciones se realizaron bajo la dirección de la periodista valenciana Lydia Arenós, excepto apenas una docena que fueron dirigidos por la también periodista Reyes Juan. La complicada producción era responsabilidad de Jorge Carretero y Marina Morant. La realización y dirección de la post-producción estaba al cargo de Rosa Millet, Ramón Campello y Margarita Lorente. El espacio estuvo conducido durante todos sus capítulos por

el valenciano Salvador Caudeli.

Pintores, escultores, músicos, críticos de arte, historiadores, poetas, fotógrafos, filósofos y largo etcétera, son la nómina de la que gozaba este programa. Además los reportajes trataban en profundidad temas de actualidad cultural como estrenos de teatro y cine, exposiciones de fotografías, pintura, escultura, etc, siempre con una narrativa ágil y una realización creativa. La autonomía de la que gozaba el programa para ejercer sus funciones como crítico del arte era una de las razones existenciales más importantes de este espacio de libertad cultural. Al respecto sobre la crítica de arte en los medios de comunicación, el Catedrático de Estética y Teoría de las Artes Román de la Calle afirmaba que “una manera pragmática y eficaz de reflexionar sobre el ejercicio de la crítica de arte en la actualidad, quizá sea, vincular directamente esa práctica literaria con el medio de comunicación en la que se ejerce. Ese medio es sin duda el patrón/cliente que nos impone las condiciones en las que –como críticos- deberemos movernos y desarrollar nuestras posibilidades, si realmente queremos seguir prestando nuestros servicios profesionales con una cierta continuidad y no simplemente a base de salto de mata”²⁴⁴.

Toda esta ingente cantidad de documentos audiovisuales hace que *L'esfera de la cultura* sea un programa imprescindible en esta investigación, derivando hacia este el análisis de sus personajes, contenidos, propuestas, y procedencia de sus invitados, para extraer conclusiones del uso que desde este espacio se hizo del panorama cultural durante esas fechas. Además en el servicio de documentación de RTVV²⁴⁵ se dispone de todo este material

²⁴⁴ En *Revista Contrastes*. “Los contrastes de la crítica de arte”. Nº 43. Enero 2006. Pág. 33.

²⁴⁵ El departamento de documentación de RTVV, regula la conservación, organización y explotación de los fondos documentales adquiridos y generados por RTVV. El carácter patrimonial de los fondos implica la conservación de los mismos, tal y como se desprende de la Ley de Patrimonio Cultural Valenciano, 4/1998, del 11 de junio, de la Generalitat Valenciana. Entre otras, ésta ha sido una de las razones por la cual la dirección de Centro de Documentación puso en marcha la transferencia de formato de los materiales de producción propia y de aquellas series o programas que siendo de producción ajena, se disponía de los derechos de doblaje. Las primeras emisiones de la cadena, en su mayoría conservadas en el formato de pulgada sistema C, fueron repicadas entre el 2002-2003 a betacam sp, betacam sx o betacam digital, según el material del que se trataba. Queda regulada así la realización de inventarios periódicos, y las propuestas de formación del personal del centro de documentación. En el artículo 11, c) de la Ley 7/1984 de la Generalitat Valenciana de 4 de julio, por la que se crea RTVV, establece la regulación interna a través de la Normativa desarrollada por la Dirección General. En el caso de los fondos documentales en RTVV y sus Sociedades, dicha

audiovisual perfectamente indexado por lo que se puede asegurar que son unos archivos de televisión ²⁴⁶ de excepcional importancia patrimonial y educativa para la Comunitat Valenciana. Respecto a la importancia de los archivos audiovisuales sobre patrimonio cultural, Lorenzo Vilches indica que “los archivos audiovisuales tienen muy poca eficacia si la sociedad no se dota de los instrumentos necesarios para conservar, procesar y dar acceso. Es necesario que junto con la creación de un Consejo del Audiovisual español se provea de una ley de depósito legal de los archivos y de un organismo ejecutivo para la conservación, la investigación, la producción de creación, la formación y la consulta del patrimonio” ²⁴⁷.

El análisis de los contenidos de todos los capítulos emitidos de *L'Esfera de la Cultura*, se muestran en la tabla 3 del anexo -4.3.2. Tabla 3. *L'esfera de la cultura* (1994-1996)-.

Instrucción corresponde a la 5/2002 aprobada por el Director General del día 15 de octubre de 2002, y que ampliaba la anterior. Capítulo I. Conservación de fondos.

²⁴⁶ “Las denominaciones archivos de televisión o centros de documentación audiovisual para identificar una misma realidad son consecuencia de la trayectoria histórica de estos servicios. Son diversas las entidades supranacionales que denominan a estos como archivos de televisión, aunque seaman estas mismas las que se planteen de manera clara la problemática de dicha conceptualización. Tanto la FIAT (Internacional Federation of Television Archives) como AMIA (Association of Moving Image Archivists) a IASA (Internacional Association of Sound and Audiovisual Archives) incluyen en su denominación esta designación, sin duda debido a la filosofía francesa y abanderada del INA (Institut nacional de l'Audiovisuel)”.(CALDERA, J y NUÑO, 2004:10).

²⁴⁷ Lorenzo Vilches. *Salvemos el patrimonio audiovisual*. En TELOS, Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad. N° 54. enero-marzo 2003. Pág. 2

Tras el análisis del programa cultural *L'Esfera de la cultura*, se han podido extraer conclusiones estadísticas, tanto de la tipología de reportajes aparecidos en los distintos capítulos, de la procedencia de los personajes que han sido entrevistados o que han formado parte de los contenidos del mismo, o de las categorías temáticas o disciplinas en las que se puede englobar a cada uno de estos personajes o creativos culturales.

En el gráfico 15, y respecto a la procedencia, de la Comunitat Valenciana proceden en primer lugar 339 personajes analizados. De Catalunya se han analizado 96 creativos, de Madrid son 36 y del resto de España 77.

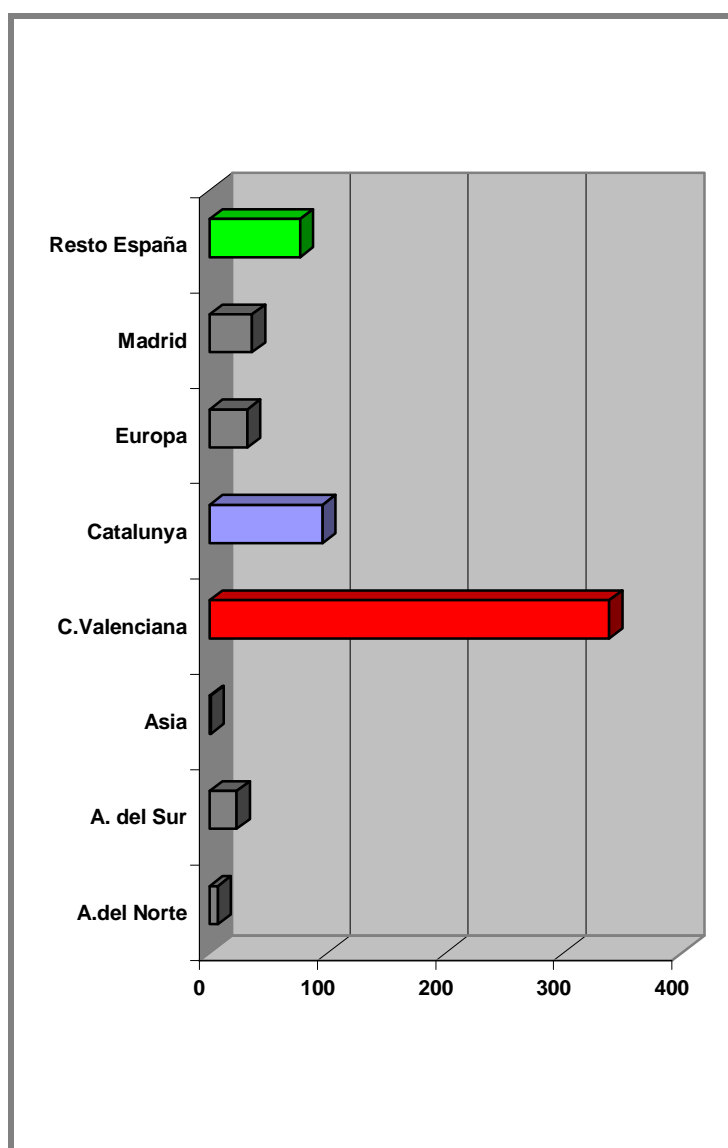


Gráfico 15. (Procedencia/nº de intervenciones), (elaboración propia)

Respecto a la temática de los reportajes que configura cada uno de los capítulos de *L'Esfera de la Cultura*, en el gráfico 16 se puede observar que el tratamiento de la información sobre el patrimonio pictórico y sus creadores ocupa 46 reportajes, seguido de la presentación de contenidos literarios con 40, y en tercer lugar con información teatral con 26 intervenciones.

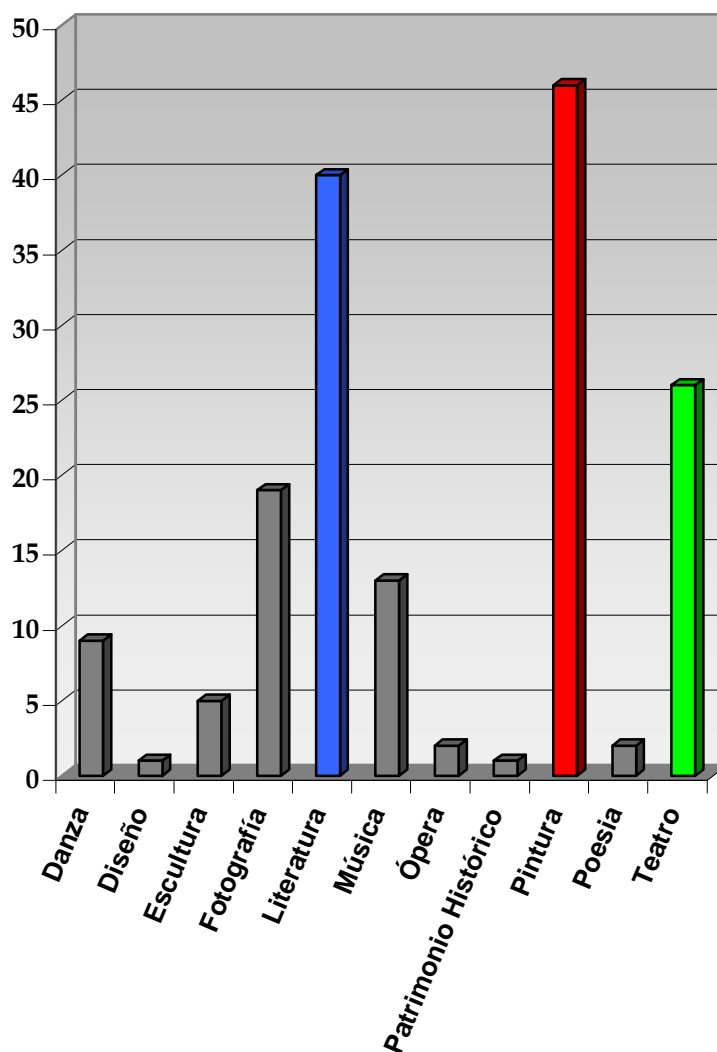


Gráfico 16 (nº de intervenciones/temática de los reportajes), (elaboración propia)

Por último, en el gráfico 17, se establece la disposición de la categoría temática a la que pertenecen los personajes aparecidos en el programa durante todos sus capítulos. Se puede observar que los escritores aparecen 107 veces frente a los 103 periodistas y actores de teatro 63 veces.

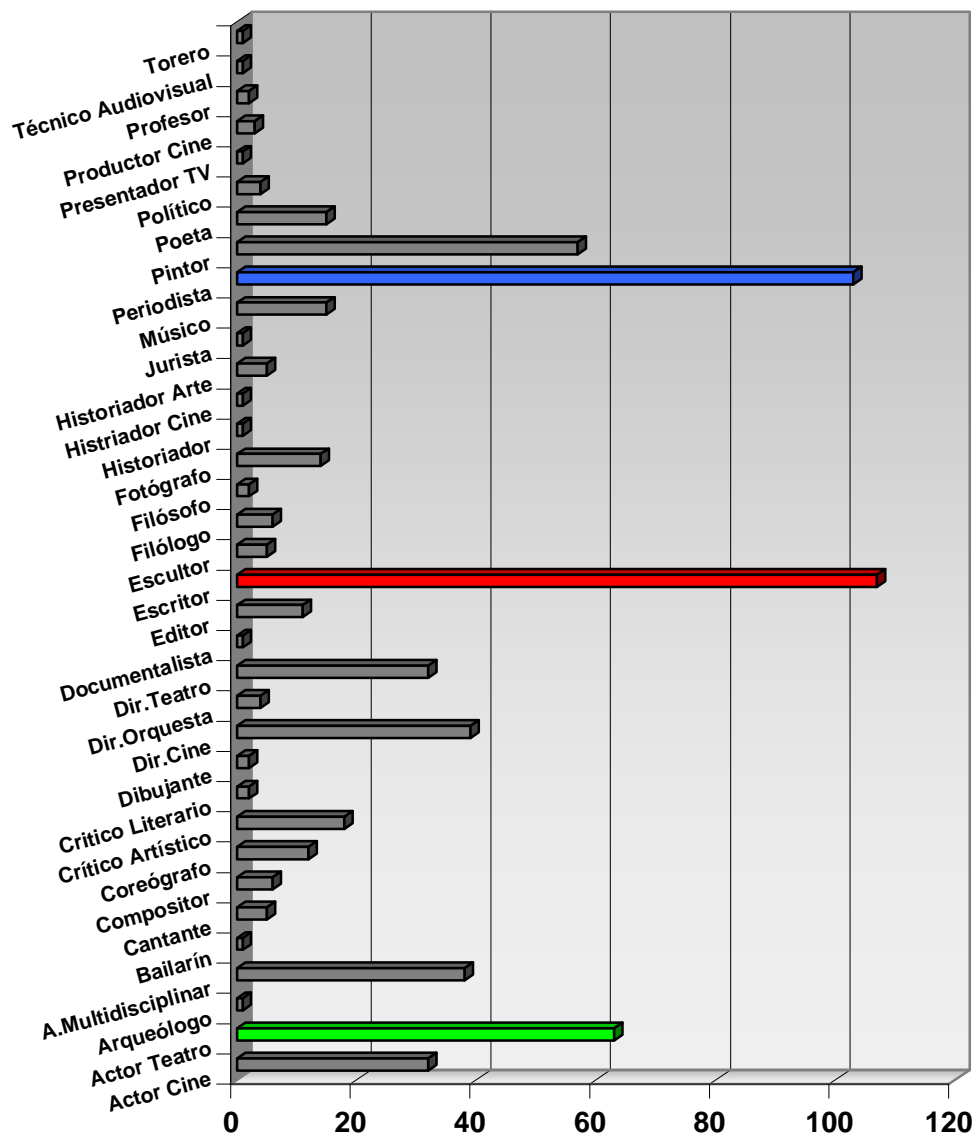


Gráfico 17. (Categoría Temática/nº de intervenciones), (elaboración propia)

3.4.3. *Colp d'ull*. Un caso paradigmático (1996-2003)

Cultura y televisión son términos que suelen caminar tradicionalmente por senderos distintos. Precisamente por este supuesto antagonismo de los términos el público asocia programa cultural con la confirmación del aburrimiento. Eso se debe a que muchos espacios televisivos culturales han contribuido a generar este sentimiento de aversión mediante la utilización de una narración lenta y la distribución de un tiempo fílmico en ocasiones poco estructurado. Las explicaciones historicistas resultan poco estimulantes, con la acumulación de datos numéricos y nominales que llega a bloquear cualquier proceso lineal en la recepción de datos, consiguiendo que el producto audiovisual sea confuso y con conclusiones poco claras.

Pero existen ejemplos de programaciones culturales y sobre el patrimonio histórico artístico que rompen con esa tradición. El gran número de ediciones emitidas y unas audiencias fieles justifican que el proceso creativo de estos documentos audiovisuales se ajusta a unos criterios tanto de calidad como de entretenimiento, ambas razones que pueden y deben coexistir. Acercarse a la creación cultural con rigor científico no tiene que hacer olvidar su función lúdica, ya que la clave del éxito es la confirmación de unos contenidos alejados de lo riguroso, donde quepan además de las figuras consagradas las nuevas generaciones de artistas.

El programa cultural *Colp d'ull* es un referente cultural histórico en la cadena de televisión pública RTVV, además de un éxito comercial como se deduce de los acuerdos empresariales emprendidos²⁴⁸. Sin embargo, el

²⁴⁸ El 26 de enero de 2000 se publicaba en *El País*, el acuerdo de RTVV con la empresa Telefónica que faculta a Antena 3 a la emisión de programas de *Colp d'ull*. El director general de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV), José Vicente Villaescusa afirmaba que "es interés de TVV introducir su programación en el mercado hispanoamericano para favorecer un mejor y más profundo conocimiento de la Comunitat Valenciana por parte de los habitantes de ese continente (...) Canal 9 cede a Antena 3 los derechos de otros dos espacios, éstos si de carácter cultural: el laureado *Colp d'ull* -un programa vanguardista y cosmopolita, cercano a las nuevas tendencias sociales- y *El Faro de Alejandría*, conducido, en castellano, por Fernando Sánchez Dragó.

portavoz adjunto del PSPV en las Cortes Valencianas, Andrés Perelló, no escatimó críticas a la respuesta de Villaescusa "por el ocultismo de RTVV, que recurre a la supuesta privacidad de las relaciones comerciales para ocultar a los ciudadanos su gestión. ¿A quién está protegiendo el director de RTVV? El máximo responsable de RTVV defiende la cesión de derechos a Antena 3 toda vez que la desaparición de *Galeusca*, la plataforma mediante la que las televisiones autonómicas emitían sus contenidos en el extranjero, encareció notablemente la exportación de los programas de Canal 9. (*El País*, 26 de enero de 2000).

El director general de RTVV José Vicente Villaescusa en su comparecencia en la Comisión de Control de la Actuación de RTVV y sus sociedades del día 3 de abril de 2001, para realizar un balance de la situación de TVV y sus sociedades durante el ejercicio 2000 y a petición propia indica que "disposem d'un bon conjunt d'espais culturals a les nostres graelles. Recentment es va celebrar el 200 programa *Colp d'ull*, un programa cultural amb una vocació d'entreteniment caracteritzada per la seua imatge moderna, un ritme àgil i continguts variats. La programació pròpiament cultural s'estén també en espais com *El faro de Alejandría*, amb reportatges i documentals culturals com *La casa de la mirada* i *Museus de la Comunitat Valenciana*, que es van emetre durant l'exercici de 2000".

Respecto al cumplimiento de los 200 primeros programas²⁴⁹ de *Colp d'ull*, desde la propia dirección del ente se afirmó que "más de cuatro años en antena, más de 200 programas, varios premios y miles de fieles incondicionales. Algo difícil de imaginar cuando se habla de un programa cultural. Algo normal cuando se habla de *Colp d'ull*, que el pasado 30 de enero celebró su programa 200, manteniendo la misma premisa que aquel 17 de octubre de 1996 cuando vio la luz: acercar al público la creación cultural con

²⁴⁹ "Con una transmisión en directo, en un marco incomparable, al salón Alfons el Magnànim de la Beneficiència, y con la presencia de un público de buenos amigos y colaboradores del programa., así como el director de RTVV J.V Villaescusa. El gran despliegue técnico vistió al Alfons el Magnànim de un nuevo estilo arquitectónico el "catódico-bizantino", y por él desfilaron, para charlar animadamente con María Josep Poquet, tres padrinos de lujo: el escritor Ferran Torrent, el filósofo Gustavo Bueno, que habló sobre su libro *Televisión: apariencia y verdad*. Raimundo Amador y Perico Sambeat, en un espectacular mano a mano, pusieron el perfecto colofón a una noche de cultura, televisión, música y amigos. En *La Revista RTVV* Nº 11 de abril de 2001, pág. 10

rigor pero sin olvidarse del entretenimiento”.

Durante la Comisión de Control de la Actuación de RTVV y sus sociedades del día 17 de octubre de 2002, el Grupo Parlamentario Socialista solicita la comparecencia del director de RTVV para informar de los cambios de programación producidos (RE número 27.636), J.V.Villaescusa señaló que ”ha passat ja molta aigua sota els ponts, des d'eixos conceptes i eixa distinció entre uns programes d'alta cultura i els programes que vol la massa. Li he dit insistentment que per a un director d'una televisió pública tan important és el públic que segueix una telesèrie, tan digne és el públic que segueix *Tómbola*, com el programa *Colp d'ull*, per igual, eixa és la democràcia. Eixa és la tolerància. Eixa és la contribució que ha portat la Constitució Espanyola de 1978, que ha d'abastir la nostra vida diària i les nostres expressions. A mi m'agrada el futbol, veig tots els partits que puc i no li done més connotacions. També n'hi ha molta gent que segueix *Tómbola*, n'hi ha molta gent que segueix els postres informatius, que tenen tot el dret del món perquè per això és una televisió pública plural, com la nostra, oferir programes que agraden al conjunt de ciutadans i ciutadanes valencianes en una àmplia, variada i rica oferta. Eixe és el nostre èxit d'audiència”.

Según se puede leer en la *Revista RTVV nº 3 de abril de 1999* – publicación con contenidos acerca de la programación de la propia cadena-, las intenciones del programa según su director Rafael Alborch eran “ofrecer a través de un formato coherente y dinámico, el reflejo de la actualidad creativa de una manera básicamente visual y sin complejos, accesible para la audiencia a la cual nos acercamos “.

En el mismo número de la revista, se indica que para demostrar que se ha conseguido difundir contenidos culturales “sin aburrir hasta las ovejas”, sólo se ha de echar una ojeada a algunos records de audiencia, como los 140.000 espectadores que se van a conseguir en el monográfico sobre erotismo, o el 32% de share obtenido con el primer espacio dedicado a la música electrónica. Además de haber conseguido el Premio Especial de TV concedido por la revista *Túria*, el segundo Premio Nacional de Periodismo Nous Llenguatges o haber quedado finalista con el CD-Rom que recoge los 50 primeros programas,

en la última edición de los Premios Moebius Barcelona Multimedia. Además cuenta con el Premio de la Crítica que concede el Instituto Interuniversitario de Filología Valenciana de la Universitat de València.

En la página Web de RTVV se definía el programa como "Una visión moderna y ponderada de las relaciones entre los hombres y las mujeres". Especifica que "una serie de personajes, conocidos por su prestigio, hablarán de temas que interesan: celos infidelidad, seducción, malos tratos, acoso sexual, convivencia, homosexualidad...".

Respecto al citado CD-Rom²⁵⁰, producido en 1998 se trata de la única creación multimedia e interactiva realizada por el ente RTVV con contenidos propios de la cadena. La edición multimedia goza de una calidad excepcional, y resume los 50 primeros programas de *Colp d'ull*. Creado como una producción externa y encargada a XIP Multimedia²⁵¹, editado por el Departamento de Planificación y Desarrollo Audiovisual y producido por la Unidad de Nuevos Soportes Audiovisuales, la dirección técnica es de Pilar Nadal, la traducción y la supervisión lingüística de Laura Ballester, y la dirección de arte de César Desé. En el mismo CD-Rom y a modo de sinopsis se presenta *Colp d'ull* "como el espacio cultural más vanguardista de la Televisión Valenciana y que ha creado un referente de calidad en su programación. El 17 de octubre de 1996 se emitió su primer programa y, desde entonces han podido asistir cada semana a una cita con la Cultura tratada de una manera ágil y amena".

Además la contraportada del disco informa que "el CD-Rom recoge una selección bien significativa de los que han sido los primeros 50 programas; literatura, arte, música, audiovisuales, fotografía, pensamiento...accesibles de manera sorprendente e interactiva gracias a los medios multimedia".

El titular de la edición del día 25 de abril de 1998 del diario *El País Comunitat Valenciana* "Canal 9 edita su programa más innovador, *Colp d'ull*, en CD-Rom", hacía eco de la edición del CD-Rom que "recogerá una selección de los contenidos de *Colp d'ull*, su programa más innovador y el único con un

²⁵⁰ Depósito Legal: V-2209-1998 ISBN: 84-922566-2-1 Copy RTVV-1998

²⁵¹ <http://www.xipmultimedia.com>

carácter estrictamente cultural. El nuevo soporte, de moderno y atractivo diseño, permitirá al espectador acercarse a las distintas secciones del programa y conocer al completo alguna de los múltiples entrevistas realizadas en *Colp d'ull*. Alex Francés, Equipo Límite, Wim Wenders, Eduardo Haro Tecglen, Manuel Vázquez Montalbán, Gore Vidal o José Saramago son algunos de los artistas y escritores que ayer mencionó la presentadora del programa, Maria Josep Poquet, a modo de ejemplo. También se ofrece una transcripción en valenciano y castellano de las entrevistas, que podrán ser impresas. El CD-Rom introduce imágenes fijas y de vídeo en sus distintas secciones -ciutats, IVAM, viatgers, art, música, audiovisual, entre otras-. En definitiva, una selección de los programas emitidos desde octubre de 1996 hasta diciembre de 1997. En los próximos meses se prevé sacar a la venta el CD-Rom de *Colp d'ull*".

Desde la edición de este formato interactivo RTVV no ha vuelto a embarcarse en un proyecto como este, aún disponiendo de material audiovisual suficiente para haber repetido esta magnífica opción creativa. Aún hoy este *rara avis* se descubre como un ejemplo paradigmático de difusión de la cultura mediante nuevas tecnologías, y aunque no hayan habido sucesivas ediciones, y ni siquiera se ha comercializado, sus contenidos son de una enorme importancia patrimonial sin el menor género de duda. La falta de un Sello de empresa que posibilitara la comercialización de este producto es de un error empresarial sin precedentes, ya que al igual que otros productos audiovisuales de RTVV podrían ofrecer unos ingresos extras a las maltrechas arcas del ente público.

Hay que recordar, que como sugiere el informe *DigiCult*²⁵² (Geser,G y Mulrenin, A. 2002: 136) existe una serie de productos digitalizados que son susceptibles de explotación comercial a industrias de contenidos, educativas y turísticas:

- Imágenes con licencias
- Derechos de reproducción
- Material educativo

²⁵² <http://www.digicult.info/pages/index.php>

- Cursos virtuales
- Merchandising
- Alquiler de espacios
- Servicios y compañías del sector turístico
- Programas culturales de televisión

Frente a este vacío organizativo de la televisión autonómica valenciana, el ente Radiotelevisión Española mediante el sello “RTVE Comercial”, en 2007 ha comercializado *La Comunitat Valenciana en los archivos de TVE*, una recopilación imprescindible de los documentos audiovisuales culturales y sociales más significativos que se atesoran en el archivo de la televisión pública española sobre la Comunitat Valenciana. Según consta en la misma promoción comercial, se indica que son “imágenes que no pueden permanecer en el olvido y que nos permitirán conocer y recordar las peculiaridades culturales y naturales de nuestra geografía gracias a la extraordinaria variedad de los temas tratados”. La magnífica colección se estructura en 16 DVDs temáticos que incluyen documentales audiovisuales de épocas variadas, de tal forma que podemos recorrer en el tiempo las provincias de Castellón, Valencia y Alicante redescubriendo los fundamentos de nuestro patrimonio cultural. En total, más de 36 horas de vídeo reunidas en una colección, imprescindible, y llamada a convertirse en la principal referencia de nuestra memoria audiovisual. Son los siguientes:

- DVD1. De viaje por nuestra comunidad
- DVD2. Costumbres y tradiciones populares
- DVD 3. Personajes I
- DVD 4. Ríos, costas y playas
- DVD 5. Fiestas con historia
- DVD 6. Tierra de historia y arte
- DVD 7. Nuestros pueblos y ciudades II
- DVD 8. Personajes II
- DVD 9. Maestros artesanos
- DVD 10. El arte del fuego
- DVD 11. Rutas y caminos
- DVD 12. Nuestros pueblos y ciudades II
- DVD 13. Medio ambiente y espacios naturales
- DVD 14. Tierra de música: pueblos y bandas I
- DVD 15. Nuestras fiestas en directo
- DVD 16. Tierra de música: pueblos y bandas II

La edición multimedia de los primeros 50 programas de *Colp d'ull* tiene una interface atrevida dentro de la lógica estética del arte conceptual gráfico empleado en sus ediciones televisivas. Colores saturados y una fugacidad en sus líneas, la información audiovisual se presenta en una pantalla implementada en la interface. Gran cantidad de textos de los literatos entrevistados, música emitida en el programa, entrevistas a poetas, filósofos, cineastas, etc, además de incluir fragmentos de las producciones

cinematográficas tratadas. El índice del CD-Rom y algunos de los contenidos culturales accesibles son los siguientes:

1. Arte: Pistolo, Carlos Mallol, Carmen Calvo, Àlex Francés, Equipo Límite, Macba, Zush
2. Audiovisuales: C.Romero, Juame Bayarri, Sigfrid Monleón, Miquel Beltrán
3. Ciudades: Londres, Venecia, Lima, Oxford, Brujas, Praga
4. Filoclips: Imagen, culpa, utopias, melancolía, metáforas
5. Gentes: Meter Greenaway, Antonio Canales, Wim Wenders, El Brujo, Theo Angelopoulo, Vázquez Montalbán
6. IVAM: Jordi Teixidor, Franz Roh, Horacio Coploa, Mirosław Balka, Jacques Lipchitz
7. Música: Kilo Veneno, Calos Núñez, Dover, Urbàlia Rurana, Javier Vargas
8. Papeles: José Saramago, Vicente Verdú, Quim Monzó, Enric Valor, Mario Benedetti, Muñoz Puelles, Manual Rivas, Josep Piera
9. Viajeros: Pablo San Juan, José María Azkàrraga, Jesús Ciscar, Mateo Gamón, Carles Solís, Jesús Sorní.

El sistema multimedia posibilita la impresión de todos los documentos textuales presentados, además de poder usar una búsqueda alfabética de los archivos implementados. En resumen, se puede asegurar que esta aplicación multimedia queda como documentación cultural sin precedentes, su magnífica presentación y la ingente cantidad de contenidos sobre patrimonio cultural la hace única. Una posibilidad irrepetible para poder llegar a un público deseoso de nuevas formas de expresión y con unas conductas de consumo televisivo que comenzaban a despuntar, y que hoy son la clave del éxito publicitario. El almacenamiento de contenidos para el disfrute personal cuando y donde se quiera y unas herramientas de lecturas personales hubiesen asegurado el éxito hoy día de nuevas ediciones en CD-Rom de productos culturales como *Colp d`ull*. Huelga decir que esta posibilidad se amplía al campo de las industrias culturales²⁵³ y de los depósitos tradicionales de contenidos, como los museos.

²⁵³ Se ha considerado también como “industrias culturales” el teatro, la música, la danza, las artes plásticas y del espectáculo o el patrimonio histórico, que han sumado a las otras más tradicionales y en algunos casos deficitarias (cine, libro, disco), aunque consideramos que son de otro ámbito. JONES, Daniel E. “Democràcia, comunicació i negoci: el creixement desmesurat de la concentració econòmica”. *Trípodos*, núm. 10 [Barcelona: URL] (2001), p. 85-104.

Los centros docentes y bibliotecas para investigadores sobre la cultura contemporánea se hubiesen beneficiado de este producto multimedia. A partir del programa nº 50 los contenidos referidos a los programas quedan en depósito en el Centro de Producción de Programas de TVV en Burjassot, en espera de ser utilizado con la perspectiva y rigor histórico que se merece.

La edición televisiva de *Colp d'ull* que como se ha indicado anteriormente tuvo la emisión de su primer programa el jueves 17 de octubre de 1996, acabó con su programa nº 293 el jueves 30 de mayo de 2003, no sin polémica añadida.

El discurso entre lo que se entendía entre telebasura y cultura televisiva comienza a tomar forma sólo 3 años después de iniciarse los programas de *Colp d'ull*. El 25 de octubre de 1999 en *El País* se escribe “la manipulación informativa, la telebasura, el déficit económico o las investigaciones judiciales han impedido que la sociedad valenciana haya celebrado desde el consenso los primeros 10 años de vida de Canal 9. Ahora bien, la polémica que siempre acompaña a la televisión pública que programa *Tómbola* se torna unanimidad a la hora de valorar el referente cultural de la cadena: *Colp d'ull*. El programa dirigido por Rafa Alborch cumple esta noche su tercer aniversario. Sus contenidos -en cierta manera, elitistas-, su concepción formal (innovadora y arriesgada) y, sobre todo, su constante baile de horarios -los programadores de la cadena no han facilitado su consolidación en la rejilla- no han impedido que *Colp d'ull* disfrute de una parroquia fiel”.

El 31 de mayo de 2003 el diario *El País* en la página 38, ya anunciaba que la retirada del programa respondía a cuestiones claramente políticas personificadas en algunos de sus creadores “el goteo de reubicaciones, cambios, ceses, despidos y desapariciones de programas continúa en RTVV. Justo después de la celebración de las elecciones la dirección de la cadena pública autonómica ha iniciado una particular limpieza sobre quienes se significaron contra el proceso de privatización o tienen alguna vinculación con organizaciones o partidos de izquierda. Tras las cinco destituciones del pasado martes, el jueves se comunicó a la productora de *Colp d'ull* que el espacio dejará de emitirse dentro de quince días, lo que se ampara en la proximidad de

la nueva temporada estival. Se da la circunstancia de que el productor y director, Rafael Alborch, entre otras cosas, fue el encargado de organizar la fiesta de fin de campaña del PSPV en Valencia. La conductora del programa, Maria Josep Poquet, fue la primera firmante del manifiesto contra la privatización de RTVV”.

Bajo la misma tesis de posible censura a la programación cultural cercana a posiciones progresistas, el socialista José Ignacio Pastor denunció “que se está practicando la depuración constante de los mejores periodistas. En este sentido, los últimos meses han sido especialmente intensos, con la desaparición sin previo aviso de programas como *Colp d’ull* o *Tela Marinera*, que muchos atribuyen a una purga de profesionales no afectos al Partido Popular” En *Levante Digital*, lunes 28 de julio de 2003, pág 37.

El mismo día, 31 de mayo el diario *El País* con el titular “Canal 9 suprime el programa *Colp d’ull* tres semanas antes del fin de temporada”, encabezaba un artículo con una gran polémica política “*Colp d’ull*, una apuesta personal del director general, Josep Vicente Villaescusa ha conseguido mantenerse en antena durante siete años y cumplir cerca de trescientas entregas, pese a los intempestivos horarios de madrugada. El anuncio de fin de temporada se adelanta en cerca de un mes a la dinámica de otros años en los que también se paraba por vacaciones. El departamento de Recursos Humanos de la cadena no respondió a la llamada de este periódico para explicar las causas del adelanto de fechas- en la Web de RTVV está anunciada la emisión del 15 de junio. Los cambios anunciados ayer se suman al cese de cinco jefes de sección de RTVV. El secretario de Comunicación del PSPV-PSOE, José Ignacio Pastor, calificó ayer de <<caza de brujas>> y <<retroceso democrático>> lo sucedido en TVV y Ràdio 9 en los últimos días. Pastor e mostró indignado por la <<falta de pluralidad social y política en la cadena pública>>.

Casi un mes más tarde Lydia Garrido en *El País Comunitat Valenciana* (11 de junio de 2003, pág 41) escribía que “RTVV decidió eliminar *Colp d’ull* sin previo aviso ni explicación pocos días después de las elecciones municipales y autonómicas. En su lugar se emite ahora *Dame un beso que me dure toda la*

*semana*²⁵⁴, de Victoria Vera, dedicado a las relaciones de pareja entre hombres y mujeres. *Colp d'ull*, con una estética televisiva que resultó muy moderna cuando irrumpió en las pantallas, con vocación de retratar la cultura y la actualidad desde puntos de vista diferentes, sirviendo a la información con dosis de originalidad, emitió ayer, y lo hará de nuevo mañana, una edición que bien puede servir para mostrar cómo es. Entre otros temas, están presentes el último trabajo de Goran Bregovic, compositor bosnio conocido por la música de las películas de Kusturica que presentó en Burjassot su último disco *Cuentos y canciones de bodas y funerales*, el filme *La vida mancha* y el repaso a la apuesta cada vez más continua del cine español por películas que trabajan la intriga o la literatura negra desde el lenguaje de los thrillers”.

El mismo día el diario Las Provincias, daba la noticia de la retirada del programa refiriéndose a declaraciones de un miembro del Consejo de Administración “Dolors López, denunció que la retirada del programa *Colp d'ull* de la parrilla de programación va a suponer nuevos perjuicios a los valencianos. López señaló que con la desaparición de este espacio televisivo además de vulnerar la ley de creación de la cadena por eliminar un programa realizado en valenciano que fomentaba la cultura, se han incrementado de forma sangrante los costes de producción del nuevo espacio que le sustituye. La consejera socialista explicó que sólo la primera edición del programa *Dame un beso* que se emite ahora en lugar del desaparecido *Colp d'ull* ha superado los gastos de producción”.

Siguiendo en esta línea argumental y en alusión al coste de nuevo espacio de sociedad que sustituirá a *Colp d'ull*, el 11 de junio de 2003 se

²⁵⁴ “El espacio *Dame un beso que me dure toda la vida*, creado y presentado por Victoria Vera, viene a ocupar el vacío dejado por *Col d'ull*, que la dirección de TVV eliminó de la parrilla de programación tres semanas antes del fin de la temporada. *Dame un beso* regresa de nuevo a la cadena autonómica, después e pasar sin pena ni gloria –con una media de 40.000 espectadores y un share del 5% en dos entregas de 13 capítulos y en horario de madrugada. Pese a todo, el magacín de la productora madrileña *Veryvary* figura, junto a *Tómbola* y *Amigos* entre los más caros de producción externa que ofrece la cadena. Según fuentes de RTVV, en la temporada anterior cada entrega del programa de Victoria Vera tenían coste de 84.000 euros. El pasado año la productora facturó cerca de 2’2 millones de euros. El arranque de la nueva temporada tampoco ha conseguido mejorar los índices de audiencia. De hecho, el estreno del domingo apenas logró atraer a 20.000 espectadores, apenas cuatro mil más de los que logró *Colp d'ull* la semana antes de caer de la parrilla de programación”. En *Levante Digital*, martes 10 de junio de 2003.

publica en *El País*, “*Colp d’ull* ya ha encontrado sustituto en la parrilla de programación de Canal 9. La dirección de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) ha colocado como recambio del programa cultural que dirigía y producía Rafael Alborch, en antena desde 1996, un espacio ideado y presentado por la actriz Victoria Vera que ya se emitió en dos entregas de 13 programas. Cada uno de ellos cuesta 84.000 euros -la media de *Colp d’ull* no llegaba a los 10.000-. El espacio tiene una media de 40.000 espectadores, lo que se traduce en una cuota de pantalla del 5%”.

En el mismo artículo, Dolors López²⁵⁵, miembro del consejo de administración de RTVV a propuesta del PSPV, afirmó que "se ha visto perfectamente clara la operación de la dirección del ente. Es evidente que los preceptos que incluye la Ley de Creación no tienen valor alguno para los directivos de Canal 9. El espacio, cuyo nivel de audiencia es bajísimo, aunque este fin de semana superara en 4.000 espectadores la última emisión de *Colp d’ull*, que no tenía promoción alguna, se hace en castellano". La representante socialista criticó que "se elimine un programa cultural, cuya cabecera ha sido reconocida dentro y fuera del territorio valenciano" por un programa "que no es más que un exponente de lo que el propio presidente del Gobierno, José María Aznar, ha definido también como telebasura, una versión edulcorada de programas vacíos de contenido, que no vertebran, que no aportan absolutamente nada". López añade, "Aún esperamos la respuesta de los directivos de RTVV a la petición de convocatoria de un consejo para saber la razones de la supresión de *Colp d’ull*".

Exactamente cinco días antes, el 6 de junio en *El País*, se afirmaba que “fue el pasado 30 de mayo cuando comunicaron a Rafael Alborch, director y productor de *Colp d’ull* la retirada del espacio, cuyo precio por programa es de

²⁵⁵ “Dolors López, miembro del consejo de administración de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) a propuesta del PSPV, remitió el día 5 de junio un escrito a Emilio Fernández, presidente del mismo, exigiendo una convocatoria inmediata de reunión para que se den cumplidas explicaciones sobre la retirada de la parrilla del programa *Colp d’ull* en Canal 9. Según López, son José Vicente Villaescusa, director general del ente, y Genoveva Reig, directora de Televisió Valenciana (TVV) quienes deben explicar por qué sin debate ni información previa, teniendo en cuenta que la programación debe pasar por el seno del consejo de administración, se ha retirado un programa que lleva en antena desde octubre de 1996 y que cumple con los preceptos marcados por la Ley de Creación. La consejera socialista recordó ayer que ese espacio es en valenciano, tiene un contenido cultural y de actualidad, se le reconoce prestigio y vertebra el territorio valenciano. En *El País Comunitat Valenciana*, 6 de junio de 2003.

10.000 euros. La cadena rescinde, además, los contratos por obra de otros 10 profesionales adscritos al espacio²⁵⁶ "me pregunto si eso tiene que ver con la inminente privatización del ente. Lo que correspondería es quitar *Tòmbola*", dijo Dolors López.

El mismo equipo técnico y artístico del programa recibió la noticia de forma inesperada mientras realizaban su trabajo de grabación para el accidentado último programa.

En L'Avanç Informatiu Lliure²⁵⁷ el equipo de *Colp d'ull* tiene la posibilidad de explicar los hechos del último día de rodaje "la notícia ens va pillar gravant un meravellós reportatge al museu d'electrodomèstics d'Andrés Alfaro-Hofman. Aliens a tot, estàvem gravant amb dos càmeres (una d'elles una steady cam) una entrevista al senyor Alfaro-Hofman. L'entrevista es feia passejant i el realitzador ens feia assajar una i altra volta el recorregut: ací haviem de parar, allà obrir la porta d'una nevera, en altre punt assenyalar un objecte que volíem remarcar, deixar espai per a que el càmera s'ens avançara? No sabíem on amagar el tècnic de so, perquè l'itinerari del passeig sempre el deixava al descobert, al remat moguérem uns panells de l'exposició i l'amagàrem. Rafa Alborch ens va telefonar i ens va dir, que quan tornàrem havia de parlar amb nosaltres, i en arribar ens ho va comunicar.

²⁵⁶ "El goteo de reubicaciones, cambios, ceses, despidos y desapariciones de programas continúa en RTVV. Justo después de la celebración de las elecciones la dirección de la cadena pública autonómica ha iniciado una particular limpieza sobre quienes se significaron contra el proceso de privatización o tienen alguna vinculación con organizaciones o partidos de izquierda. Tras las cinco destituciones del pasado martes, el jueves se comunicó a la productora de *Colp d'ull* que el espacio dejará de emitirse dentro de quince días, lo que se ampara en la proximidad de la nueva temporada estival. Se da la circunstancia de que el productor y director, Rafael Alborch, entre otras cosas, fue el encargado de organizar la fiesta de fin de campaña del PSPV en Valencia. La conductora del programa, María Josep Poquet, fue la primera firmante del manifiesto contra la privatización de RTVV". En *El País Comunitat Valenciana*, 31 de mayo de 2003, pág 42.

²⁵⁷ "Colp d'ull l'únic espai cultural de producció propia de TVV, figurava en la graella de programació fins al 22 de juny i sobtadament se suspengueren 3 programes amb més de vint reportatges gravats aproximadament el treball de un mes de l'equip i unes despeses externes d'uns 40.000 Euros). A hores d'ara, ningú de la direcció de la casa ha donat una explicació al respecte. Al director del programa no se li ha dit res, i el mateix Comitè d'Empresa diu des de la setmana passada intentant parlar amb Alfred Costa (subdirector de programació) per a demanar-li una explicació i ni tan sol ha volgut rebre".
En <http://lavanc.com/lavanc/iphp/not1.php?id=309> (Consultado el 21 de enero de 2006).

Els contractats havien de passar el dilluns següent a signar la finalització de contracte. S'ha acabat. Com t'ho han de comunicar legalment amb 15 dies d'antelació, t'obliguen a agafar els 15 dies de vancances i al carrer. És a dir, materialment, l'equip va tornar dilluns, va signar, va recollir les seues coses i se'n va anar”.

Debido a la gran cantidad de capítulos emitidos desde 1996, que suponen una totalidad de 293 capítulos, y para el análisis pormenorizado de *Colp d'ull* se ha considerado únicamente y de forma aleatoria un único capítulo por cada uno de los meses de emisión, con unos resultados que se muestran en la tabla 4 del anexo - 4.3.3. Tabla 4. *Colp d'ull (1996-2003)*-

Así, se han extraído los contenidos de 80 capítulos, un número similar a los analizados en *Encontres, L'Esfera de la Cultura y Enquadres*, por lo que existe una equidad en la cantidad de capítulos analizados que tendrá como resultado unas conclusiones estadísticas de gran fiabilidad. Justificando esta medida se manifiesta Krippendorf (1980:77), al afirmar que “las unidades de análisis pueden presentarse en una cantidad tan grande que no permita un manejo fácil, lo que plantea el problema del muestreo de una porción más pequeña a partir de todas las unidades posibles”.

También Kientz (1976:167) reafirma la necesidad de limitar el número de muestras en un universo muy extenso de datos, indicando que “para la mayoría de las investigaciones relacionadas con los contenidos de los medios, la cantidad de mensajes es tan grande que desafía a cualquier análisis. Ello obliga al analista a elegir. Al no poder analizar todo, deberá escoger una muestra”.

Tras el análisis estadístico de los capítulos de *Colp d'ull* se puede establecer según consta en el gráfico 18, que el mayor número de reportajes distribuidos a lo largo de los capítulos examinados la música está presente en 52 reportajes, la literatura está presente en 48 reportajes, y el tercer puesto está la información cinematográfica con 28 apariciones.

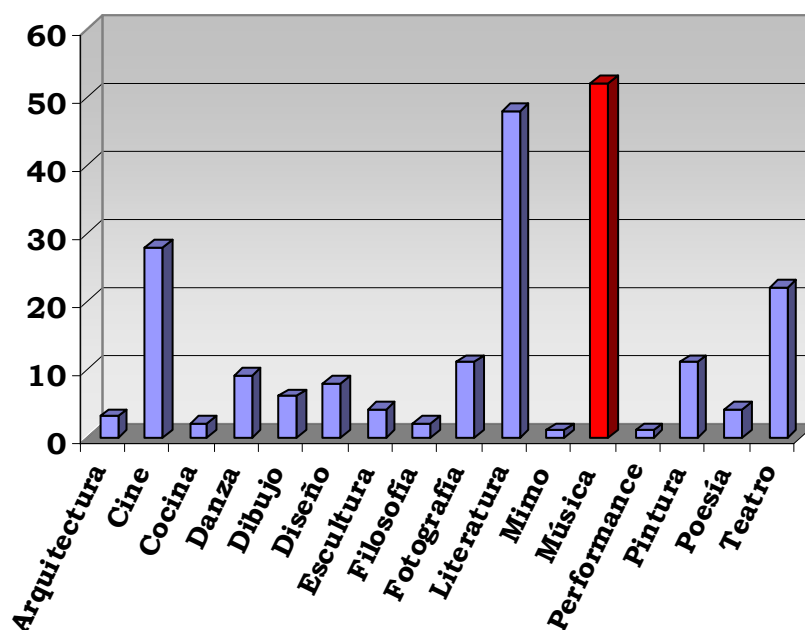


Gráfico 18. (nº de intervenciones/tipología de reportajes), (elaboración propia)

Respecto a la procedencia de los personajes invitados a los capítulos de *Colp d'ull* de forma independiente a su categoría temática, se puede observar en el gráfico 19 que los personajes procedentes de la Comunitat Valenciana suponen numéricamente la mayoría con 119 apariciones. Procedentes de Europa, Resto de España y Catalunya son 64 apariciones. Sin embargo de Madrid en este caso son tan sólo 25.

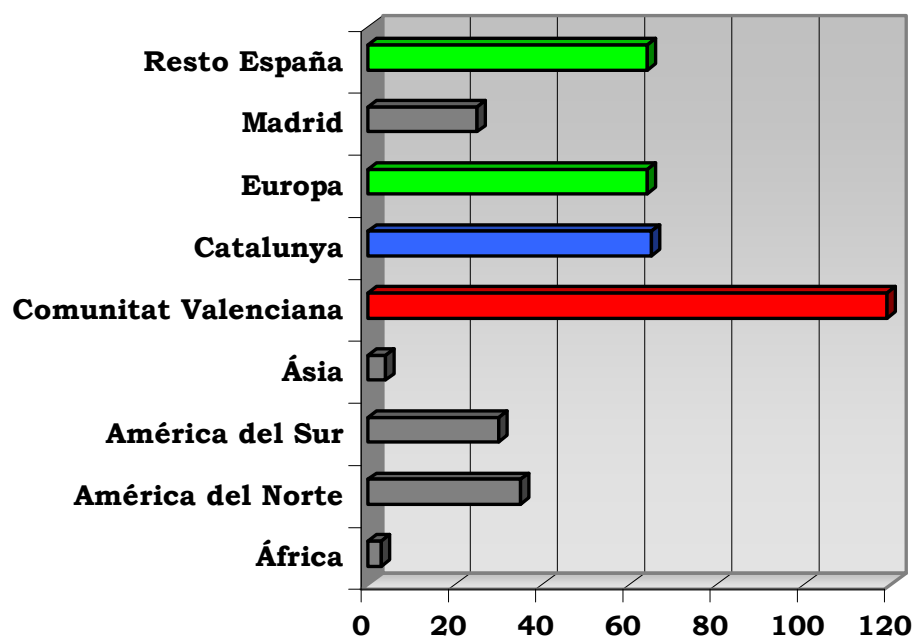


Gráfico 19. (Procedencia/nº de intervenciones), (elaboración propia)

La gran variabilidad de categoría temática derivada del análisis de *Colp d'ull* está reflejada en el gráfico 20, en el que de las 30 categorías la de músico prevalece frente a las otras con 84 intervenciones, seguido muy de lejos de los escritores con 55, y de los cantantes con 42. En el extremo contrario, los cocineros, documentalistas, arquitectos, realizadores e historiadores apenas tienen presencia televisiva en este programa.

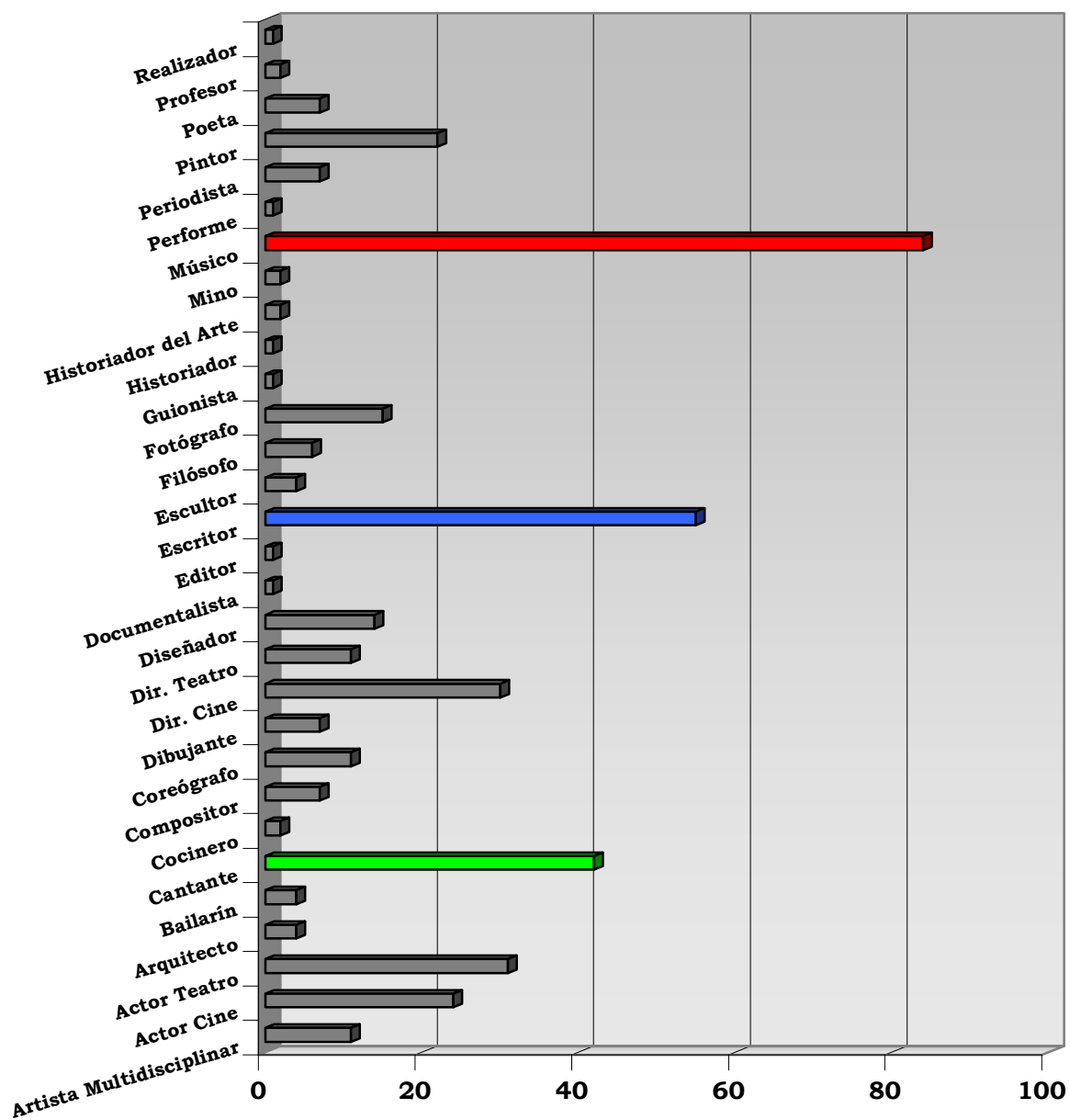


Gráfico 20. (Categoría temática/nº de intervenciones), (elaboración propia)

3.4.4. *Encontres* (2005-2007...)

Según fuentes propias de TVV “el nuevo programa cultural de Punt 2 nace de una paradoja. Partimos de la convicción que el hecho cultural está en todo aquello que hacemos cuando no trabajamos, la redacción de *Encontres* está dispuesta a trabajar para que el público de Punt 2 pueda disfrutar de esa parte extraordinaria de la vida que es la producción cultural y artística. Cada viernes, el director de *Encontres* Ricardo Bellveser²⁵⁸ y la directora de Punt 2 Lola Johnson, entrevistarán a una figura del arte y la cultura valenciana, con el propósito de transmitir a todo el mundo cómo trabaja, por qué crea, y con qué objetivo”²⁵⁹.

Con un formato donde tiene cabida un debate sobre el tema principal del capítulo, se introducen las cuestiones sensibles de ser comentadas mediante un video preproducido con antelación, y que posteriormente justificará el inicio de los intervinientes en la tertulia. El escenario donde se resuelve el programa tiene una excelente ambientación y su cuidadoso decorado está acorde a la estética de las cuestiones tratadas. Su desarrollo es prácticamente en valenciano, exceptuando ciertos invitados que lo hacen en castellano. Hasta el 4 de junio de 2007 se han contabilizado 83 capítulos de 60 minutos aproximadamente.

El programa cultural con formato de debate *Encontres* de Punt 2, es el segundo que se ha llevado a la rejilla de la cadena pública valenciana desde que el Partido Popular accediera a dirigir el ente, y se trata de una apuesta personal de la directora de Punt 2 Lola Johnson, al igual que lo fuera con el primer programa de esta tipología *Colp d'ull* desde 1996 hasta 2003 con el entonces director general de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV), José Vicente Villaescusa. El mínimo margen político que se debería aplicar a estas producciones se vio aumentado notablemente con un incidente acaecido en plena campaña preelectoral de las elecciones autonómicas del 27 de mayo de

²⁵⁸ Ricardo Bellveser, es Conseller del Consell Valencià de Cultura. En el *Informe del Consell Valencià de Cultura sobre los contenidos culturales en la televisión pública valenciana*, de 23 de diciembre de 2005, el director de *Encontres*, emitió un voto particular en contra del citado informe, por sus profundos desacuerdos personales. (ver Anexo 6).

²⁵⁹ En Teletexto de TVV. (Consultado el 20 de septiembre de 2005).

2007. Según fuentes de prensa, RTVV censuró la emisión de un episodio de *Encontres* por una alusión a Carmen Alborch “la dirección de antena decidió el pasado lunes no emitir, en el último momento, el programa *Encontres* (Punt 2) previsto para ese día, tal como consta en la página *web* de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) y en la publicidad de la cadena. Estaba dedicado a los *graffiti*. En el plató del espacio de Punt 2, que dirige Ricardo Bellveser, y presentan él y Lola Johnson, directora de Punt 2, uno de los cuatro invitados, en un momento del coloquio, se quitó una sudadera y dejó visible una camiseta que aludía a Carmen Alborch como alcaldesa de Valencia. Sin aviso previo, Punt 2 emitió esa noche un programa que ya había programado semanas antes, dedicado a músicos valencianos. Ayer, fuentes de la dirección negaron cualquier censura y explicaron que el espacio volverá a finales de mayo, después de las elecciones, y que probablemente el que se retiró de la parrilla sea el primero en emitirse. Sobre la precipitación y los motivos del cambio del pasado lunes, sólo se apeló a decisiones habituales”²⁶⁰

Por otra parte en otra edición de prensa valenciana se indicaba que “La candidata socialista a la alcaldía de Valencia, Carmen Alborch, no sale en Canal 9 ni en tres ni en dos dimensiones. Los responsables de la televisión pública decidieron el lunes suspender la emisión del programa cultural *Encontres* previsto para esa noche, después de que durante la grabación uno de los invitados se quitó la chaqueta y se quedó en camiseta. Pero una cualquiera, sino una de la diseñadora Lina Vila. Y no una cualquiera de Lina Vila, sino la que ésta creó para la campaña de Alborch. En la misma aparece un «detergente» de marca «Carmen alcaldesa», que lo va a «lavar todo» . La prenda la lucía el joven Nacho Magro, quien participaba en el debate como especialista en «arte público». Así lo reseñaba la propia rejilla de programas de RTVV en la que se anunciaba la emisión del programa para el lunes 23 de abril en Punt 2. Bajo el título *El graffiti com a arte*, el periodista y profesor Ricardo Bellveser conducía, junto a Lola Johnson una mesa de reflexión en torno a esta manifestación artística. «Nos acompañarán en el programa Fernando Figueroa, profesor de Historia del Arte de la Complutense, Carlos Ayats, periodista y

²⁶⁰ En El País. 25 de abril de 2007, pág 44, “RTVV censura la emisión de *Encontres* por una alusión a Alborch”.

coordinador del festival Poliniza que organiza la UPV [Universidad Politécnica], Nacho Magro, especialista en Arte Público y Toni Sendra, director del documental *Rea. Una història del Graffiti a València* », decía la parrilla de programas de Punt 2 que aún ayer podía verse en la web de RTVV²⁶¹

Según consta en los datos del departamento de documentación del ente público consultada, no existe referencia alguna a ningún programa emitido el lunes 23 de abril. Según se indica en los archivos, (ver tabla 7), el lunes 16 de abril se emitió “El Cid, figura histórica y literaria”, no emitiéndose ningún capítulo de *Encontres* hasta el lunes 30 de abril con “La Fira del llibre”. El capítulo “*Graffitis*” que debería haberse emitido el citado lunes 23 de abril, salió al aire el lunes 28 de mayo, un día después de las elecciones autonómicas y municipales. Este hecho no paso desapercibido para la prensa, donde se podía leer que “TVV cumplió su promesa y Punt 2 emitió el pasado lunes, un días después de que finalizaran las elecciones municipales y autonómicas, el programa *Encontres*, que en su día fue retirado de la parrilla porque uno de los invitados lucía una camiseta de apoyo a la candidata del PSPV a la alcaldía de Valencia, Carmen Alborch²⁶²”.

Con ello se abrió el discurso político sobre la libertad de expresión, argumento muy usado durante el periodo preelectoral citado. En el día Mundial de la Libertad de Expresión, el sociólogo valenciano Rafael Xambó criticó duramente la actitud de RTVV “una televisión autonómica que veta programas para obviar presencias, silencia invitados para eludir voces discrepantes o esconde imágenes para disipar discursos alternativos. Y lo peor?, ando se les pregunta, no dice la verdad». Se refería a la censura, por ejemplo del programa *Encontres* en RTVV o también a la ausencia de información, entre otras muchas, de la película *Ja en tenim prou*, crítica con el poder, a la sazón vetada para las proyecciones públicas en espacios institucionales. «No puede ser que tengamos una televisión pública con una línea editorial que dependa del poder²⁶³”.

²⁶¹ En Levante-EMV. “Canal 9 censura un espacio en el que un invitado lucía una camiseta de Carmen Alborch”. Miércoles, 25 de abril de 2007, pág 43

²⁶² En Levante-EMV. “La camiseta de Alborch sale en TVV tras las elecciones”. Domingo 3 de junio de 2007, pág 45

²⁶³ En Levante-EMV. María Tomás. “Amparo Bou: – La libertad de expresión es una labor social que ha de realizarse entre todos-“. Viernes 4 de mayo de 2007, pág 49

Este hecho modificó sustancialmente la inocua actuación política que *Encontres* había mantenido desde sus inicios. Se sucedieron muchas reacciones desde sectores sociales, culturales y políticos, consiguiendo que aparecieran otros casos de supuesta censura. Unos días antes de las elecciones citadas, y con respecto a una posible sustitución de invitados por cuestiones políticas, se escribió en prensa que “Ricardo Bellveser, director del programa de Punt 2 *Encontres*, y Lola Johnson, directora de la cadena y copresentadora del espacio, han vuelto a ejercer la censura. Así lo consideran al menos los afectados por una decisión tomada por Bellveser inmediatamente después de que se conociera el veto a un espacio grabado el pasado lunes y programado para la noche de ese mismo día porque uno de los invitados lucía una camiseta en la que se leía "Carmen, alcaldesa", en alusión a la socialista Carmen Alborch. Los escritores Francesc Bayarri y Esperança Camps²⁶⁴ estaban formalmente invitados a acudir el próximo lunes día 30 a un *Encontres* que se grabará en la Fira del Llibre. Ayer mismo, por la mañana, fueron también formalmente desconvocados. No les llamó Bellveser sino una persona del equipo cumpliendo sus órdenes. Bellveser (que es miembro de la Acadèmia Valenciana de la Llengua, del Consell Valencià de Cultura y director de la Institució Alfons El Magnànim de la Diputació de Valencia) dijo a su equipo que esos dos escritores de "segunda fila" se cambiaban por otros "de primer nivel". Les sustituyen en el programa los poetas Jaime Siles y Jenaro Talens, ambos escritores en castellano. Bayarri y Camps entendieron que la decisión que les afecta es un episodio más de la censura que ejerce Ràdio Televisió Valenciana (RTVV). El equipo de *Encontres* han solicitado excedencias o el cambio de programa”²⁶⁵.

Tras el análisis de la documentación extraída del departamento de documentación de TVV, en el capítulo 79 del 30 de abril de 2007 titulado “La

²⁶⁴ Esperanza Camps asistió como invitada en el programa nº 1 de *Encontres* “*Cultura Valenciana. Reptes i Progrés*”, el 25 de febrero de 2005 junto a Mar Langa, Lluís Messeguer y Artur Ahuir.

²⁶⁵ En El País Comunitat Valenciana. Lydia Garrido. “*Los escritores Francesc Bayarri y Esperanza Camps, vetados en RTVV*”. 26 de abril de 2007.

Fira del Llibre”, no aparecen especificados como asistente los escritores supuestamente censurados, y si figura como personajes asistente Jaime Siles pero no el Catedrático Jenaro Talens (ver tabla 6).

Sin entrar en consideraciones de carácter político, es indudable la importancia que *Encontres* tiene en el panorama cultural audiovisual valenciano. Su alta consideración con los creativos valencianos y la aceptación de distintas formas de expresión artística hace que se trate de una pieza insustituible en la historia reciente de la comunicación cultural en la Comunitat Valenciana. En el primer aniversario del programa, y en el departamento de documentación del ente público se documentó (material asociado BX168627M) que “el 25 de febrero del 2005, Punt 2 comenzaba a emitir un programa concebido con la intención que llegara a convertirse en un punto de encuentro para los protagonistas de todas las modalidades de arte. En 38 programas y casi 200 invitados después, *Encontres* continúa haciendo su camino, acercando el trabajo y el pensamiento de los artistas y de los hombres y mujeres de la cultura al público de la Comunitat Valenciana”.

Para el análisis del programa de debate *Encontres*, -como excepción y diferenciación- reconocemos como válida la tipología de las manifestaciones culturales valencianas que ofrece el sociólogo y antropólogo cultural Hernández i Martí (2005: 272), que aunque no es muy exhaustiva, trata de ofrecer una visión general de dichas manifestaciones, dada cuenta de la multitud existente. La siguiente tabla “*Tipología de las manifestaciones culturales valencianas*” posee un carácter globalizador, donde la tipología responde claramente a la identificación de la patrimonialización de la cultura.

A esta tabla es imprescindible añadir otras manifestaciones patrimoniales, que aunque no están consideradas por el sociólogo citado anteriormente son necesarias para la configuración de estadísticas de uso, además de por la enorme dificultad para albergar todas las tipologías que puedan aparecer en los programas de televisión estudiados. Se trata de los términos de “Historia”, “Cultura”, “Museos” y “Política” en su contexto más complejos.

TIPOLOGÍA DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES VALENCIANAS

FIESTAS: Fallas, Fogueres de Sant Joan, Moros y Cristianos, Carnestoltes, Bous, Santantonades, etc.

MÚSICA Y DANZA: Albades, Trobos, Pregons, Dolçaina, Rondalla, Charanga, etc

JUEGOS Y DEPORTES: Tiro y arrastre, Pilota Valenciana, Colombicultura, birles Valencianes, etc.

TEATRO: Representaciones religiosas-litúrgicas, históricas, profanas.

IMAGEN Y AUDIOVISUAL: Fotografía, Cine, Grafittis, Radio, etc.

URBANISMO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA: Barrios, Cascos antiguos, Acequias.

ALIMENTACIÓN: Platos y recetas. Utensilios cocina y modos de conservación.

ARTESANÍA Y EXPRESIÓN ARTÍSTICA: Oficios, Herramientas, Pirotecnia, Fallas, Mimbre, etc.

CIENCIA Y TECNOLOGÍA: Conocimientos sanitarios, Herboristería, Farmacia, Metereorológicos.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: Agrícolas, Ganaderas, Pesqueras, Industrial-gremial, etc.

ESPIRITUALIDAD Y RELIGIOSIDAD: Rituales, Mitos y leyendas, Dragones, Gigantes, etc.

CALENDARIO: Ciclos temporales, Navidad, Carnaval, Fallas, Pascua, etc.

CULTURA ORAL: Refranero, Rondallas, Memoria oral, Jerga y Argot.

LITERATURA Y PRENSA: Llibrets y Literatura festiva, etc.

INDUMENTARIA: Vestuario típico, Saragüel, llaurador, etc.

TURISMO: Rural, Playa, Cultural, Ecológico, Parques temáticos.

DERECHO: Usos, Pactos o contrato particular, Tribunal de les Aigües y costumbres.

USOS SOCIALES: Lenguaje no verbal, Usos de género, Sexuales, Profesionales.

Fuente: Tipología realizada a partir de Hernández i Martí, (1999), (elaboración propia)

De la tabla 5 del anexo -4.3.4. *Tabla 5. Encuentros (2005-2007...)*- se pueden extraer conclusiones objetivas respecto al uso mediático de este programa cultura. Las tipologías de las manifestaciones culturales valencianas realizada por Hernández i Martí (2005: 272), son expresadas en el gráfico 21, donde la Literatura y Prensa está presente en el 36% de los capítulos analizados, seguido de Imagen Audiovisual con un 28% y de Música y Danzas con un 13% de apariciones.

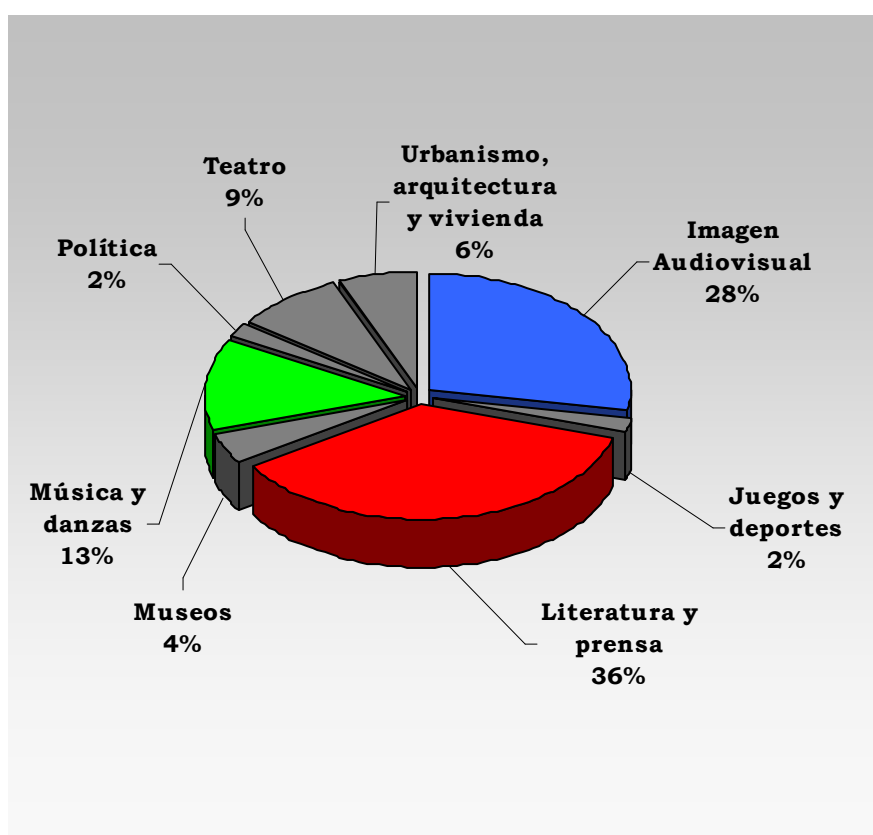


Gráfico 21. (Tipología cultural/nº de intervenciones), (elaboración propia)

En cuanto a la categoría temática de los distintos personajes aparecidos en los capítulos analizados, en el gráfico 22, encabeza la categoría de escritor con 82 apariciones, seguido de los profesores con 24 y de historiadores con 22 intervenciones. Los sociólogos, productores, filósofos y actores de televisión entre otros no gozan de mucha presencia en este programa cultural.

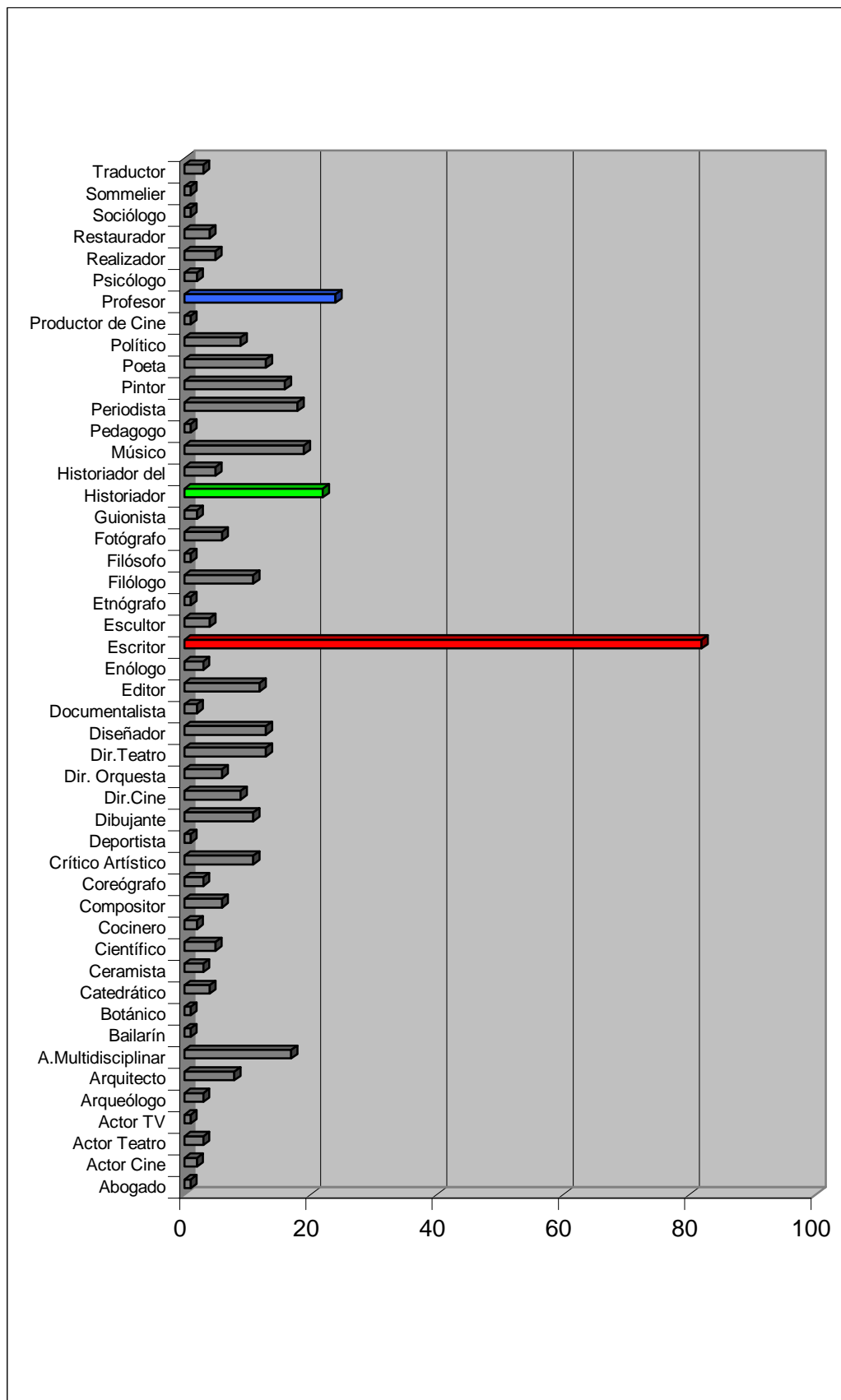


Gráfico 22 (Categoría temática/nº de intervenciones), (elaboración propia)

Con respecto a los reportajes que se han emitido a los largo de los 82 capítulos analizados, y según el gráfico 23, los referidos a literatura (en toda la extensión de esta categoría) es mayoritaria con 46 reportajes emitidos. En segundo lugar los dedicados a la cultura Musical con 28 reportajes, y en tercer lugar las manifestaciones artísticas con 19 reportajes.

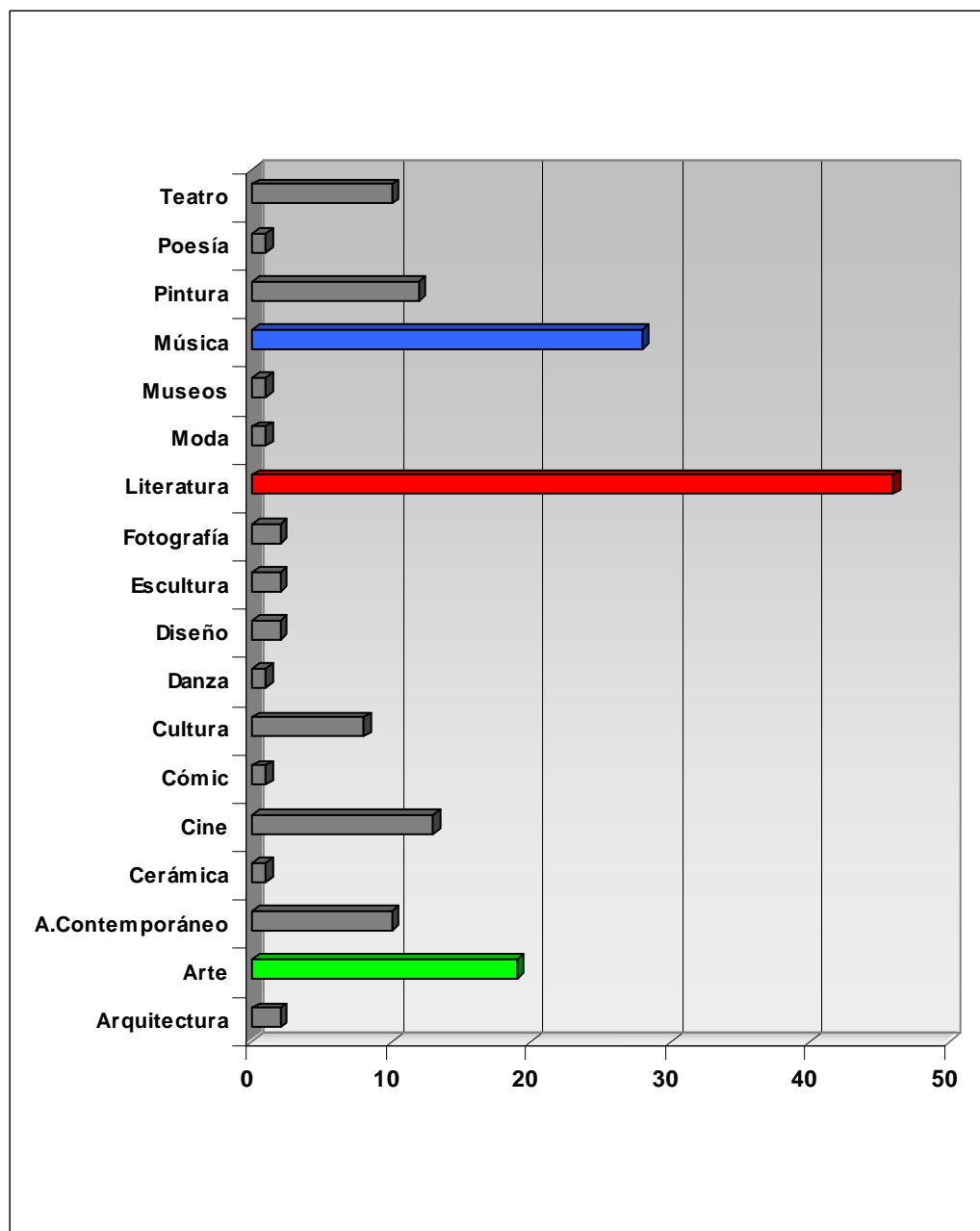


Gráfico 23. (Categoría de reportajes/nº de intervenciones), (elaboración propia)

En este programa la procedencia geográfica de los invitados está estadísticamente más definida. La Comunitat Valenciana es el lugar donde reside y desarrollan la labor creativa la mayoría de los personajes invitados a *Encontres*. En el gráfico 24, se puede observar que son 308 invitados que son considerados de la Comunitat, muy lejos de los 34 del resto de España o 15 de Catalunya. Así pues se puede considerar a *Encontres* como un programa cultural con clara vocación valenciana.

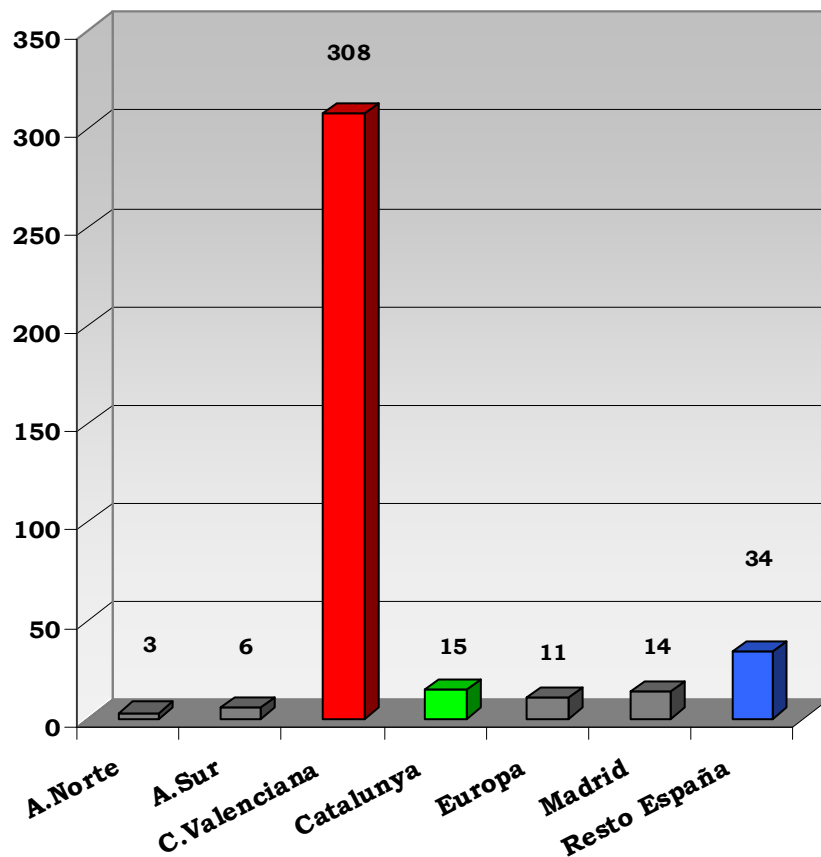


Gráfico 24. (nº de intervenciones/procedencia), (elaboración propia)

3.4.5. Conclusiones Estadísticas

Una vez analizados los programas con formato de debate, *Enquadres*, *L'Esfera de la Cultura*, *Colp d'ull* y *Encontres*, se pueden extraer conclusiones parciales y objetivas del uso que Televisión Valenciana ha realizado de la producción de estos programas culturales. Como se ha indicado anteriormente, las muestras concluyentes de los programas analizados se han obtenido a partir de un número de programas casi similar, por lo que los datos referenciados a estos tienen una alta fiabilidad estadística.

En total se han analizado 323 capítulos correspondientes a los cuatro programas citados, lo que salvo pequeños errores de minutaje supone haber obtenido datos de 283 horas de programación. Estas horas son las resultantes de 63 horas de *Enquadres*, 71 de *L'Esfera de la Cultura*, 67 de *Colp d'ull* y finalmente 82 horas de *Encontres*.

Como ya se ha indicado anteriormente, aquellos capítulos que no ha sido posible su localización, bien por estar como activos de préstamo en el departamento de documentación o por estar erróneamente indexados, y sobre todo aquellos en los que la información que consta en el departamento de documentación escrita²⁶⁶ no es la correcta y que ha sufrido numerosas modificaciones, se hacen constar como “*sin datos*”. Al ser porcentualmente mínimas estas incidencias, la estadística final y las conclusiones obtenidas no se verán modificadas.

Habiendo realizado el análisis de contenido de un universo con un número de muestras similares, alrededor de 80 capítulos por cada uno de los cuatro programas debate, es posible cruzar datos y realizar unas tablas estadísticas parciales de los cuatro programas, consiguiendo así una perspectiva objetiva de los contenidos culturales que bajo este formato

²⁶⁶ Según declaraciones del personal destinado en el departamento de documentación escrita de TVV para esta investigación, el archivo documental ha sufrido numerosos cambios en la configuración y el software específico empleado. Además el inicio de las emisiones regulares de Punt 2 y posteriormente del Canal Internacional supuso un aumento considerable del tráfico de datos en ese departamento, que no se reflejó en un aumento equitativo del personal especializado. Estos dos factores provocó que en ocasiones el análisis de la programación y su posterior documentación escrita no se ha realizado según los patrones de exactitud deseados.

Televisión Valenciana ha emitido desde el inicio de sus emisiones en 1989 hasta la actualidad.

En primer lugar, el gráfico 25 muestra el lugar de procedencia de los invitados a los programas, teniendo en cuenta los resultados parciales antes expuestos, en los cuatro programas analizados predomina en su totalidad la Comunitat Valenciana como origen natal o creativo de los personajes invitados, aunque es necesario indicar que con disparidad proporcional.

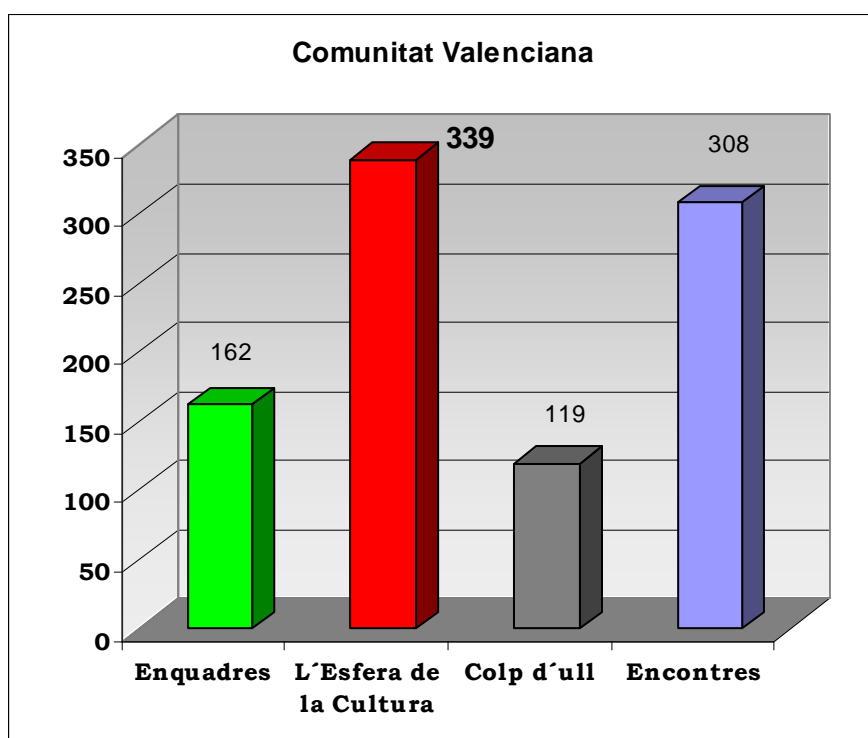


Gráfico 25. (nº de intervenciones/programa), (elaboración propia)

En cuanto a la categoría temática de los distintos personajes invitados a estos cuatro programas culturales, en el gráfico 26 se observa de forma clara que escritores son los creadores que más presencia han tenido en los programas culturales con formato de debate, concretamente en un número superior, de 107 apariciones en el programa *Encontres*.

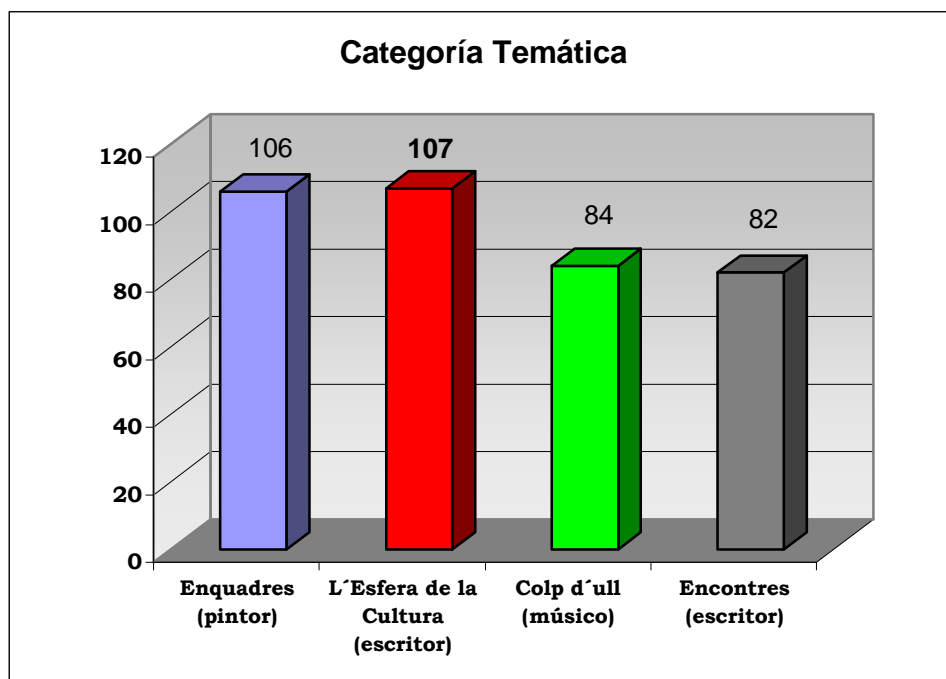


Gráfico 26 (nº de intervenciones/categoría temática), (elaboración propia)

Por último, en cuanto a los reportajes que se han emitido y forman parte narrativa de los cuatro programas culturales analizados, se muestra en el gráfico 27 que los reportajes cuyos contenidos son mayoritariamente Músicales son claramente la mayoría, sobre todo en programa *Colp d'ull* con 52 reportajes. En cuanto a la pintura, esta con 47 apariciones en *Enquadres* se sitúa como la segunda temática en los reportajes. La literatura queda en minoría numérica con 46 apariciones en *Encontres*.

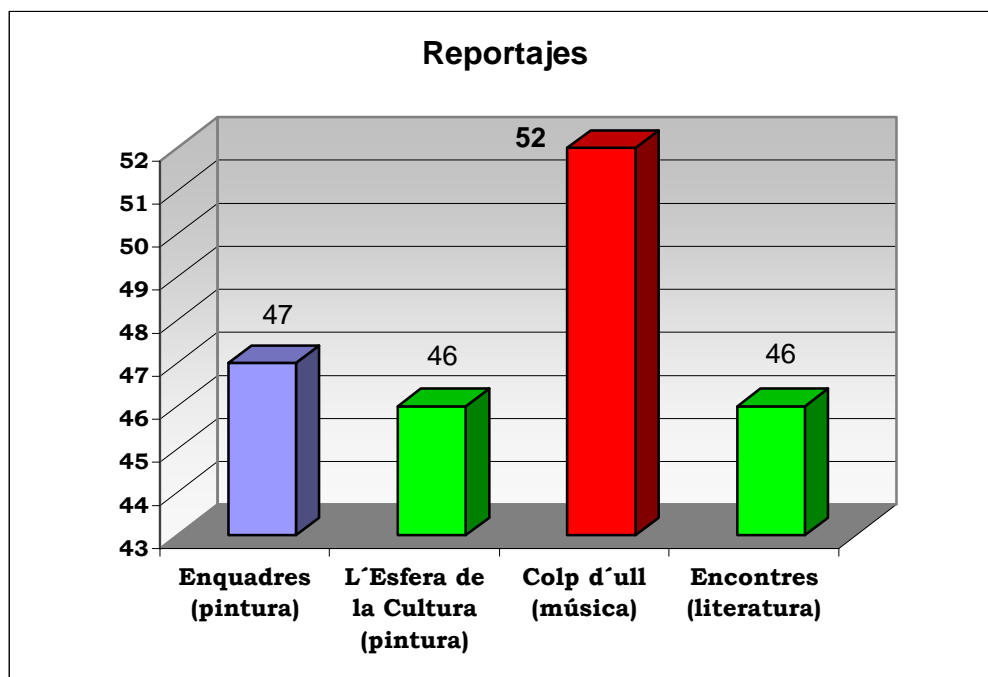


Gráfico 27. (nº de intervenciones/temática reportajes), (elaboración propia)

Una vez analizados y expuestos las estadísticas de uso en cuanto a la procedencia de los invitados, la categoría temática de los creadores y la tipología de los reportajes emitidos en cada uno de los programas, es posible establecer estadísticas totales y generales con los datos objetivos obtenidos de los cuatro programas culturales analizados. En este sentido, los siguientes datos estadísticos serán fundamentales para las conclusiones finales de la presente tesis doctoral, y por lo tanto a tener en cuenta en todo su desarrollo analítico.

De esta manera, podemos establecer que desde el inicio de las emisiones regulares de Televisión Valenciana en octubre de 1989, y teniendo en cuenta los cuatro programas -con formato debate- culturales analizados, la procedencia geográfica de todos los invitados que han asistido a los programas considerados son las establecidas en el gráfico 28.

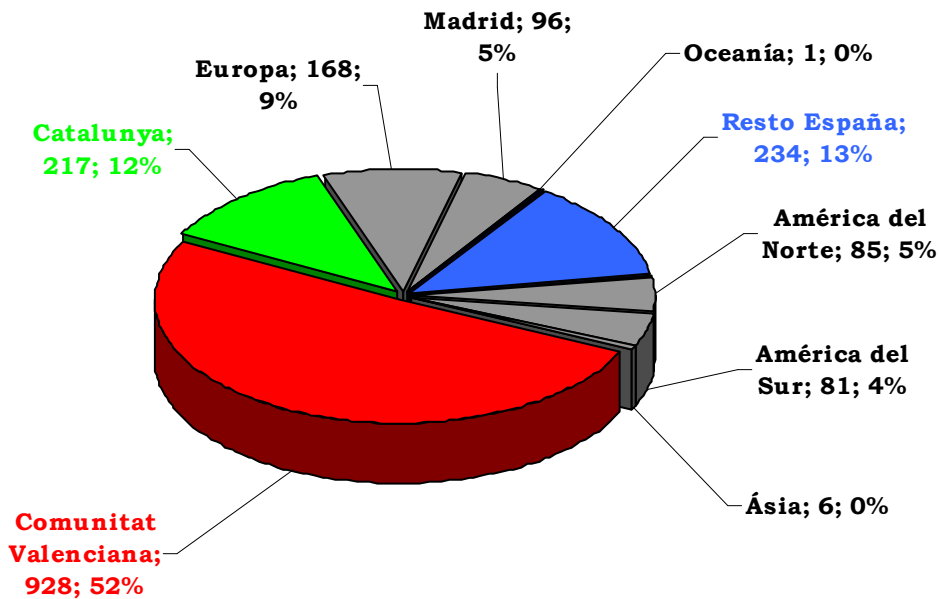


Gráfico 28. (nº Intervenciones; porcentaje procedencia invitados), (elaboración propia)

Para establecer una estadística sobre las categorías temáticas que se han obtenido de forma global en los cuatro programas analizados se ha procedido a incluir todas las categorías profesionales todos y cada uno de los invitados a los programas en análisis.

Un primer lugar mediante la resolución estadística derivada del gráfico 29, se afirma que la categoría temática que más presencia tiene en los programas culturales con formato debate desde 1989 es la de escritor con 283 apariciones. En segundo lugar se comprueba que la categoría profesional o creativa de pintor es la que más se presenta con 201 presentaciones, seguida en tercer lugar la de músico con 144, seguido muy de cerca por los periodistas, directores de cine y actores de teatro.

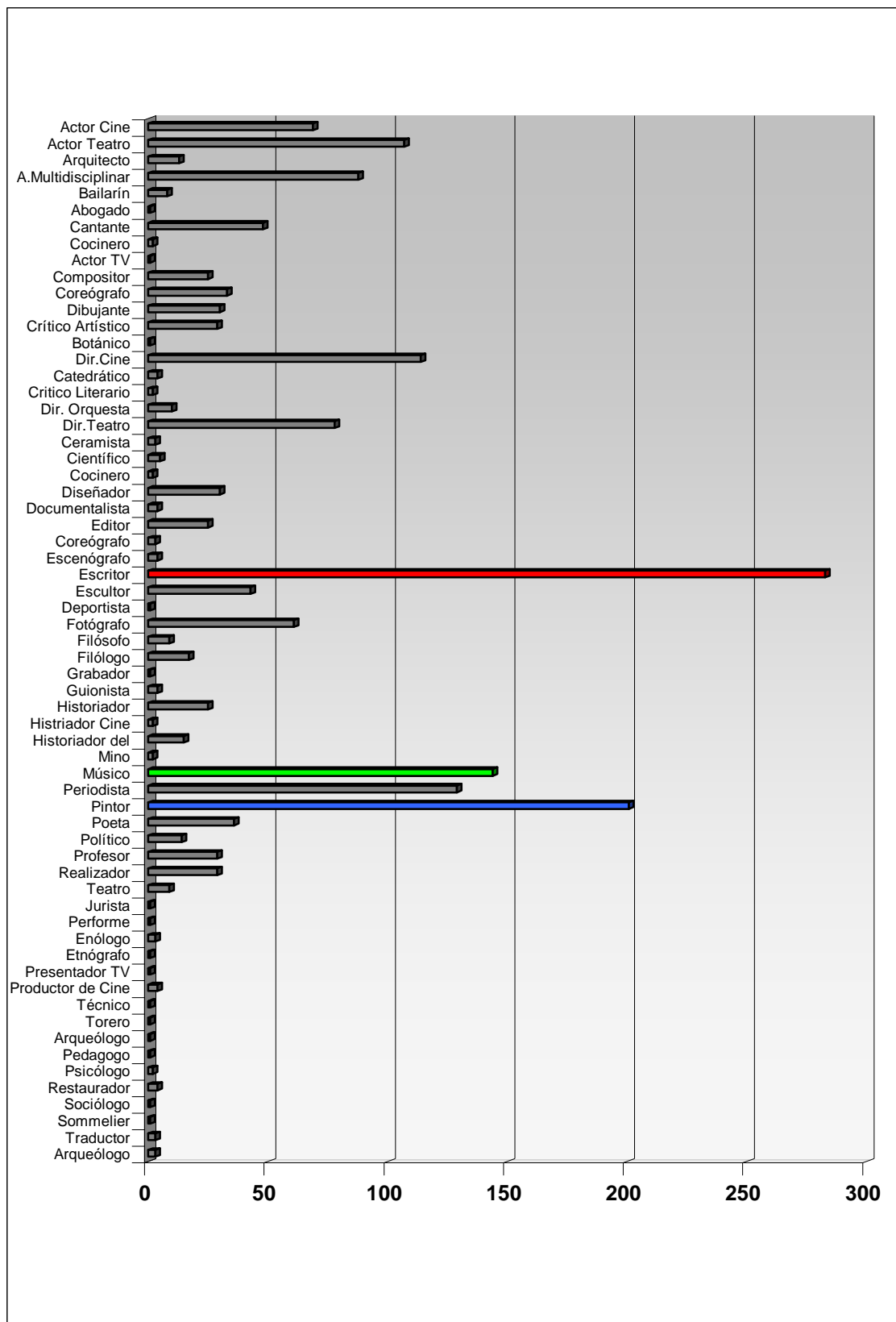


Gráfico 29. (Categoría temática/nº intervenciones), (elaboración propia)

En último lugar, en el gráfico 30 se puede establecer una estadística tras analizar los datos globales sobre los temas tratados en los distintos reportajes emitidos. Así, desde el inicio de las emisiones regulares de Televisión Valenciana en octubre de 1989 la temática de los reportajes emitidos en cada uno de los cuatro programas considerados con formato debate son los siguientes:

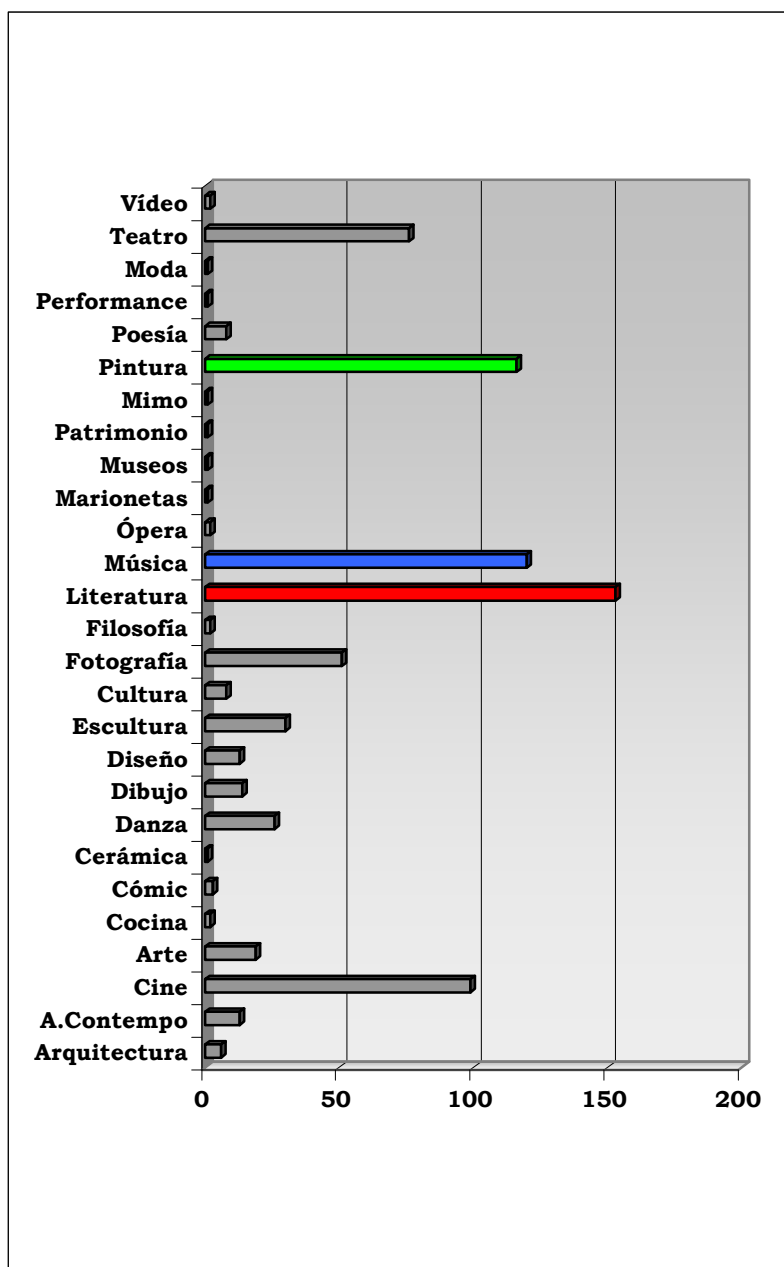


Gráfico 30. (Temática reportajes/nº intervenciones), (elaboración propia)

Del gráfico 30, se obtienen las conclusiones estadísticas que indican que los reportajes sobre literatura con 153 reportajes es la primera categoría temática cultural, seguido de los reportajes sobre música con 120, y en tercer lugar la pintura con 116 reportajes.

3.5. Análisis de documental o episodios seriados.

Las series que Televisión Valenciana ha emitido -o que tiene archivadas en su departamento de documentación- sobre patrimonio cultural valenciano poseen una serie de capítulos emitidos en un horario concreto y durante un periodo de tiempo determinado así como durante una o varias temporadas. Por tratarse de un producto seriado, no poseen una unidad narrativa independiente cada uno de ellos, y en aquellos en los que se emplean actores o personajes, estos tendrán una continuidad presencial.

Para la presente investigación se han obtenido datos referentes a series documentales sobre patrimonio emitidas desde 1989, momento en el que comenzaron las emisiones regulares de TVV. Se han obviado aquellas series que no guardan la tipología propia sobre patrimonio cultural valenciano, ni aquellas que aún teniendo una gran carga cultural no se pueden considerar como difusoras de ese patrimonio histórico-artístico valenciano, sino que contienen una estructura propia informativa, aún tratándose de un periodismo cultural, por definición especializado.

Con respecto al periodismo especializado sobre cultura, es importante lo que indica Jorge B. Rivera en clara confrontación conceptual que “se ha consagrado históricamente con el nombre de periodismo cultural a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósito creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las “bellas artes”, “las bellas letras”, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales y humanas, las llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental” (Mercado, 2006:224).

Dentro de las categorías, según criterio disciplinar, encontramos las grandes divisiones establecidas entre los distintos patrimonios: patrimonio artístico, patrimonio arquitectónico, patrimonio natural o ambiental, patrimonio arqueológico, patrimonio etnográfico o etnológico y patrimonio documental y bibliográfico, ya que dichas divisiones “responden, en gran medida, al

desarrollo de las distintas disciplinas, a la integración multidisciplinar en el ámbito del patrimonio y al propio proceso de patrimonialización de la cultura” (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 75).

En algunos ejemplos la tipología patrimonial no queda lo suficientemente definida, y al carecer de elementos objetivos analíticos para tal efecto se ha procedido a identificar esos ejemplos dentro de una variada tipología patrimonial.

La dificultad de discernir la tipología argumental de las series ha dificultado la elección de los títulos documentales para la investigación, que finalmente se ha limitado a los siguientes ejemplos:

EMISIÓN	TÍTULO	CATEGORÍA DE BIEN CULTURAL
1994	<i>Valencians que fan història</i>	Patrimonio Etnológico, Artístico
1996	<i>Viatgem per casa</i>	Patrimonio Etnológico
1997	<i>Les festes</i>	Patrimonio Etnológico
1998	<i>Mirar un quadre</i>	Patrimonio Artístico
1998	<i>Viatjar sense bitllet</i>	Patrimonio Arquitectónico, Arqueológico, Mixto ²⁶⁷
2000	<i>La casa de la mirada</i>	Patrimonio Artístico, Etnológico
2000	<i>Museos de la Comunitat Valenciana</i>	Patrimonio Artístico
2001/02	<i>Monuments. Histories vives</i>	Patrimonio Arquitectónico
2002	<i>La Finestra indiscreta</i>	Patrimonio Arquitectónico, Arqueológico, Etnológico
2003	<i>Els castells en el temps</i>	Patrimonio Arquitectónico
2004/05	<i>De festa le vespra</i>	Patrimonio Etnológico
2006	<i>Les cartoixes Valencianes</i>	Patrimonio Arquitectónico, Documental

²⁶⁷ El *Patrimonio Mixto* son aquellas manifestaciones culturales en lugares que tienen un valor excepcional por combinar patrimonio natural y patrimonio cultural.

3.5.1. *Valencians que fan història* (1994)

Esta serie documental con gran contenido educativo expone la vida y obra de personajes valencianos de gran relieve que han sido reconocidos dentro y fuera de las fronteras valencianas. Realizados por la productora valenciana Film Capital en coproducción con TVV, la serie consta de 13 capítulos de 30 minutos cada uno, y emitida con periodicidad semanal. Narrada y guionizada totalmente en valenciano, esta serie que data de 1992 aunque emitida en 1996, puede ser considerada una de las primeras coproducciones de una empresa audiovisual valenciana que junto a Televisión Valenciana ha hecho posible contenidos sobre patrimonio histórico-artístico.

Por su clara estructura pedagógica y educativa, *Valencians que fan història* ha sido una de las elegidas en el intercambio de material audiovisual educativo entre RTVV y la Conselleria de Educación, en aplicación del convenio firmado en mayo de 2005 entre RTVV y la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte para el uso de producciones televisivas como elementos de apoyo educativo en la enseñanza secundaria (ver el punto 3.6).

Cap.	Fecha	Personaje Histórico	Categoría temática	Lugar nacimiento
1	10/03/1996	Ibn Al Abbar	Escritor	Valencia (Balansiyya)
2	17/03/1996	Sant Vicent Ferrer	Religioso	Valencia
3	24/03/1996	Ausias March	Escritor	Valencia (Gandia)
4	31/03/1996	Lluís de Santangel	Funcionario Real	Valencia
5	07/04/1996	Josep Cavanilles	Científico (botánico)	Valencia
6	14/04/1996	Jorge Juan I Santacilia	Científico (marino)	Alicante (Novelda)
7	21/04/1996	Francesc Tárrega	Músico	Castellón (Vilareal)
8	28/04/1996	Marqués de Campo	Político	Valencia

9	05/05/1996	Joaquín Sorolla	Pintor	Valencia
10	12/05/1996	Carlos Arniches	Músico	Alicante
11	19/05/1996	María Conesa	Actriz	Castellón (Vinaroz)
12	26/05/1996	Joaquín Rodrigo	Músico	Valencia (Sagunto)
13	02/06/1996	Josep Renau	Pintor	Valencia

Respecto a la categoría temática a la que pertenecen los distintos personajes tratados en la serie, en el gráfico 31, se puede apreciar que los músicos son numéricamente mejor tratados que otros creativos. Los escritores, científicos y escritores con 2 personajes, y funcionarios, políticos y religiosos con 1 conforman el contenido general de la serie.

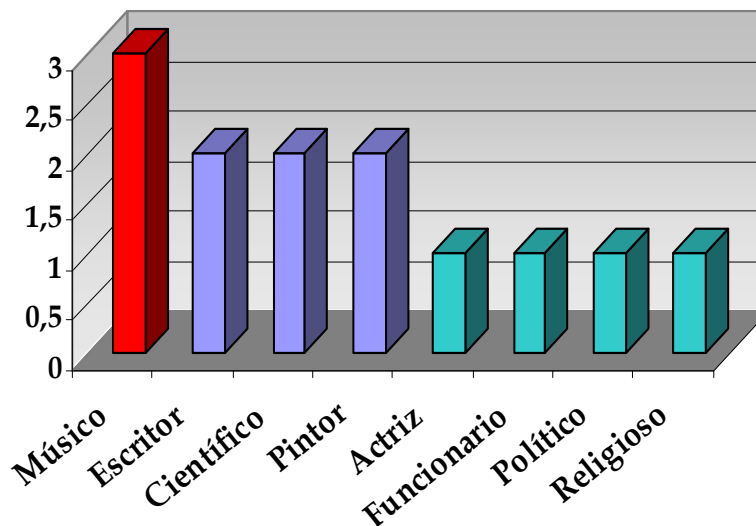


Gráfico 31. (nº capítulos/categoría temática), (elaboración propia)

El lugar de nacimiento de los distintos personajes tratados en *Valencians que fan història*, es otra de las variables necesarias para el análisis de la serie, gráfico 32. Los personajes nacidos en valencia predominan frente a los nacidos en Castellón o Alicante, que tienen la misma presencia numérica.

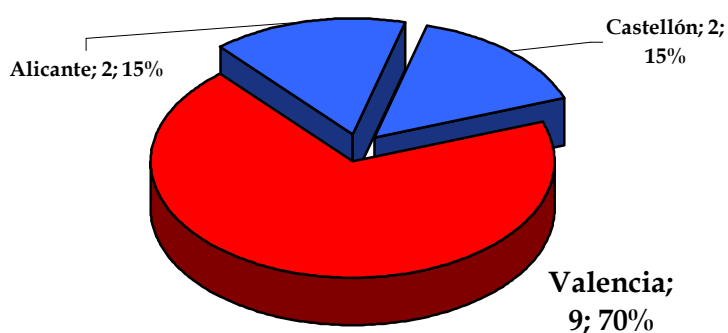


Gráfico 32. (nº capítulos/provincia), (elaboración propia)

3.5.2. *Viatgem per casa* (1996)

Esta serie documental trata un recorrido por los pueblos de la Comunitat Valenciana a través de un tema que sirve de hilo conductor. Totalmente producida en valenciano, la coproducción consta de 13 capítulos con una duración de 60 minutos por unidad. Supone una clara demostración del valor audiovisual sobre el patrimonio etnológico valenciano, (Roma. J, 1995: 42) “cuando hablamos de patrimonio etnológico hacemos referencia a la dimensión diacrónica de la cultura, presente y actualizada en el individuo como parte de un pueblo que se reconoce, tanto por la red de relaciones sociales como por el contenido de costumbres e interacciones con el medio”.

El patrimonio etnológico²⁶⁸ supone la aplicación del valor identitario a unos bienes, para convertirlos en una expresión directa y considerada auténtica de un pueblo. Efectivamente, la definición institucionalizada de patrimonio etnológico lo entiende como un conjunto de manifestaciones y formas de vida tradicional, material o inmaterial, definitorio de los rasgos propios de una colectividad y, más específicamente, de los distintos grupos que la conforman. Esa definición es la que socialmente se reconoce como la más adecuada. Nosotros la hacemos nuestra, asumiendo que “tanto la tradición como las identidades son construcciones históricas y no esencias inmutables” (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 226). Así, “toda practica sería etiquetada como etnológica, pues, en virtud de su doble carácter tradicional y de referencia identitaria” (Hernández, Santamaría, Moncusí, 2004).

²⁶⁸ Cuando se habla de patrimonio etnográfico o etnológico, se puede pensar que detrás de lo patrimonializado hay una forma de conocimiento particular de unos bienes, que los ubica en el contexto de las formas de vida de un determinado grupo humano. Los calificativos etnológico o etnográfico suelen usarse indistintamente, como sinónimo, a pesar de no significar exactamente lo mismo. El primero connota el estudio y descripción empíricos de prácticas y conocimientos de un grupo humano en particular, mientras el segundo se refiere al conocimiento general de este grupo. Cuando se opta por hablar de patrimonio antropológico, se destaca que los bienes en cuestión forman parte del legado patrimonial de los humanos, en general. La aplicación se hace todavía más patente cuando se identifica el patrimonio etnológico con el patrimonio cultural e incluso la cultura, con lo que acaba confundiéndose una parte (ciertos bienes) con un todo (el patrimonio colectivo o la cultura). (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 227).

La serie *Viatgem per casa*, reúne las características propias con las que podemos definir esta tipología patrimonial. Por ello, el valor social de esta producción audiovisual está más que justificado.

Cap.	Fecha	Contenido
1	29/01/1996	TERRES DE PEDRA I RAIM
2	30/01/1996	ELS PROMONTORIS DE LA NAU
3	31/01/1996	LA COSTA LITERARIA
4	01/02/1996	CAMINS I TERRES DE FRONTERA
5	02/02/1996	EL CICLE DE LA VIDA
6	05/02/1996	CAMINS D´AIGUA, CAMINS DE SAL
7	06/02/1996	LA MUNTANYA MAGICA
8	07/02/1996	RAMADERS I GRANS MAESTRES
9	08/02/1996	LA MUNTANYA GOTICA
10	09/02/1996	CAMI REAL
11	12/02/1996	LA TERRA PROMESA
12	13/02/1996	ESCENARIS DE LA VIDA
13	14/02/1996	LA LLAR DELS BORJA

3.5.3. *Les festes* (1997)

Según fuentes de TVV la serie documental *Les Festes*, es la representación audiovisual de batallas de fuego y humo, monumentos de cartón o desfiles de moros y cristianos, atractivos de las fiestas de la Comunitat Valenciana. Las imágenes captan los sentimientos y la alegría, la música y el colorido, los pequeños detalles y los grandes momentos. Con una duración de 25 minutos para cada uno de los 27 capítulos que configura la serie, se trata de una producción propia de TVV, por lo que, basándonos en la estadísticas presentadas respecto al idioma utilizado según el modelo administrativo de producción, *Les festes* está realizada en valenciano, como casi la totalidad de la producción propia de TVV (ver gráficos 8, 9, 10 y 11).

La fiesta hoy, frente a los estudios esencialistas (rememoración efervescente de un supuesto caos primordial), se estudia como un producto social complejo y dialéctico, como una acción ritual y simbólica, a caballo entre lo racional y lo irracional. La fiesta “persigue tanto la sacralización de los valores que identifican una sociedad como la integración de sus miembros. La fiesta pues, es un proceso de reconstrucción identitaria permanente” (Ariño, 1992: 67).

La fiesta ha de entenderse como un fenómeno cultural, con hecho social total. Se trata de un producto y un proceso social, dialéctico. Su celebración se concentra en tiempos determinados y mezcla opciones diversas en el programa festivo. De manera que “se puede elegir entre las distintas elecciones que se ofrecen; la fiesta moderna es plural y opcional” (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 278).

La relación que se observa entre fiesta y patrimonio ejemplifica el fenómeno creciente de la patrimonialización de la cultura, a la vez que se ilustra la modernidad de la fiesta. Los enfoques teóricos más recientes del fenómeno festivo convierten la fiesta en un condensador patrimonial. En primer lugar, “es en sí misma patrimonio cultural, y agrupa bienes materiales e inmateriales, cultos populares, muebles e inmuebles, tradicionales y modernos. En segundo lugar, se convierte en agente redimensionalizador del patrimonio

no festivo. Aparece así, redefinida como contenedor y activador patrimonial a la vez que como un producto turístico diferenciado. Buena prueba de ello son los muchos aspectos patrimonializables, ya sea de forma directa o indirecta que podemos encontrar en las fiestas (rituales, costumbres, arte popular, elementos artesanales, gastronomía, indumentaria, lengua, memoria oral, música, danza, pirotecnia, documentación bibliográfica, fotográfica, cinematográfica, objetos asociados, etc.). De manera que la fiesta, en tanto que patrimonio y expresión de identidad es utilizada como reclamo turístico y como elemento de desarrollo local” (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 279).

Cap.	Fecha	Contenido
1	18/10/1997	La vespra i la festa
2	29/11/1997	Guerrers de la Verge: Algemesi
3	Sin datos	Sin datos
4	13/12/1997	Batalles de foc i tomata
5	10/01/1998	Passió per la passió (setmana santa)
6	14/02/1998	La tradició i la devoció
7	02/05/1998	Caminants de Deu
8	15/08/1998	Batalles de foc i fum
9	22/08/1998	Un bany de multitud i tomaca
10	05/09/1998	Guerres de la Verge (Algemesi). Vesió curta
11	12/09/1998	Dia 4 que fuera
12	13/10/1998	Història de 2 capitans
13	31/10/1998	Pregoner de somnis
14	07/11/1998	Brodats de flors i perfums
15	14/11/1998	Ball de les espies
16	15/05/1999	La nit més curta
17	04/05/2000	Faç divina misericordia
18	13/04/2001	Passió del tambor
19	05/03/2002	Pregoner de somnis

20	23/03/2002	Passió pel tambor
21	30/03/2002	El vol d'un poble
22	06/04/2002	El valencià més Sant (Sant Vicent)
23	13/04/2002	Faç divina misericordia (rep)
24	13/08/2002	La terapia de la disfressa
25	18/08/2002	Història dels capitans
26	25/08/2002	Batalles de foc i fum (rep)
27	14/09/2002	Ball de les espies

En términos de conservar la tradición, “en las dos últimas décadas se ha producido una difusión notable por diversos pueblos de la fiesta de Moros y Cristianos, que se ha traducido en la creación progresiva de comparsas, fruto de esa forma particular de sensibilidad o de mirada hacia los objetos y formas del pasado” (Albert Rodrigo, 2004: 358).

En la realidad festiva, “el uso social del patrimonio cultural, su preservación y el uso creativo en el desarrollo económico y social, constituyen componentes importantes del desarrollo humano sostenible y deberían utilizarse para mejorar la calidad de vida de los pueblos, particularmente la de los grupos desfavorecidos, y sensibilizar a los jóvenes a través de la educación” (Ballart y Juan, 2001: 156).

Por ello se hace necesaria la existencia de una difusión del patrimonio especializado, acorde a las características científicas y sociales que la defensa del patrimonio demanda. En ese sentido (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 288), indican que “se hace necesario una auténtica educación patrimonial en la práctica social para afirmar y reconstruir la identidad y diversidad de los pueblos, vida cotidiana y sus alternativas de futuro, que solo adquirirá verdadero sentido con la implicación y participación de las personas como sujetos y agentes del proceso de activación y de conservación patrimonial”.

3.5.4. *Mirar un quadre* (1998)

Serie que recoge obras maestras del Museo de Bellas Artes de Valencia. Diversos estilos y épocas son objeto de la serie, con obras de pintores de la talla de Velázquez, Goya, Sorolla, Ribera, Ribalta, Orrente, Joan de Joanes, etc. La serie, además de profundizar en la obra en concreto y en el estilo, composición y técnica del artista, se plantea también adentrarse en el pintor como personaje y en las vicisitudes de la época.

La serie documental está configurada en dos grandes entregas. En la primera de ellas con 26 entregas, el episodio número 1 fue emitido el 30 de marzo de 1999, y el último el 5 de mayo de 1999. Respecto a la segunda entrega con otros 26 episodios, el primero data del 21 de abril de 2003 y el último el 13 de octubre de 2003. Son un total de 52 capítulos de un formato muy novedoso, ágil y con una gran estimulación visual aunque carente de una narración lo suficientemente pausada para poder asimilar los datos más importantes de la obra o del autor, ya que en apenas 6 minutos parece pretender ofrecer una clase magistral de Historia del Arte valenciano. Modelo muy cómodo para adaptarse a rejillas de programación excesivamente maleables a la contraprogramación actual; un verdadero comodín.

Producido por Joiosa Guarda²⁶⁹, la dirección es ofrecida por José Luis Forteza y el Guión por Eduard Mira²⁷⁰ profesor de la Universidad de Alacant y asesor científico de la Secretaría Autonómica de Cultura. El colaborador habitual de la serie en sus dos etapas fue Francesc García Donet, quien tal vez valiéndose de la corta duración de los episodios hace suyas las siguientes

²⁶⁹ *La Joiosa Guarda, SL.* Av. de Valencia, 18-1ª. 46780 Oliva (Valencia). Telf. 962852499

²⁷⁰ El presidente de la Generalitat, Francisco Camps, destacó el trabajo desarrollado por el profesor y sociólogo Eduard Mira en la recuperación de la historia y la tradición de la Comunitat Valenciana, y consideró que constituye también un referente para «seguir proponiendo iniciativas para el futuro».(...) Aseguró que el catedrático es para los valencianos «una referencia de peso histórico y cultural permanente», porque se trata de «un amante de la Comunitat que siempre ha intentado demostrar el gran pasado y la gran fuerza hacia el futuro que tiene el pueblo valenciano».(...) El jefe del Consell destacó que Mira ha recordado «el papel pionero de esta tierra» en Europa, donde «los valencianos tanto hicieron en otros siglos para que fuese una realidad mercantil, artística y literaria, y de organización política, institucional y social».

En http://www.laverdad.es/alicante/prensa/20070616/cultura_alicante/profesor-eduard-mira-recibe_20070616.html. Consultado el 24 de agosto de 2007.

palabras, “allò evident sol ser el que més costa veure”²⁷¹.

En el gràfico 33, puede observarse el porcentaje de capítulos emitidos en esta primera serie de *Mirar un quadre* que tienen una clara iconografía religiosa o bien responde a temas históricos y laicos. De los 26 episodios 6 son de carácter laico y, el 77 % restante responden a patrones religiosos. La totalidad de las obras de esta primera serie pertenecen al fondo pictórico del Museo de Bellas Artes de Valencia San Pío V.

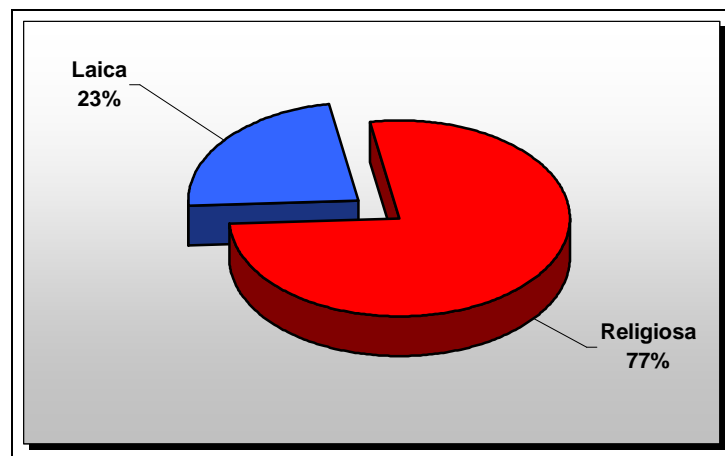


Gráfico 33. (Iconografía serie I).

²⁷¹ En <http://www.garciadonet.com/> Consultado el 25 de julio de 2007.

Serie I

Cap	Fecha emisión	Obra	Artista	Localización museística	Año	Iconografía
1	30/03/1999	La Virgen de las fiebres	Bernardino di Betto Bardi	Valencia	1497	Religiosa
2	30/03/1999	Retablo de Fray Bonifacio Ferrer	Maestro de Fray Bonifacio Ferrer	Valencia	1397	Religiosa
3	01/04/1999	San Lucas recibiendo de la Virgen su verónica	Maestro de Villahermosa	Valencia	1370	Religiosa
4	02/04/1999	Retablo del Calvario de Osona	Rodrigo de Osona	Valencia	1505	Religiosa
5	05/04/1999	Virgen con el niño y San Juanito	Pablo de San Leocadio	Valencia	1510	Religiosa
6	06/04/1999	Aparición de Cristo resucitado a la Virgen	Fernando Yáñez de Almedina	Valencia	1515	Religiosa
7	07/04/1999	San Sebastián	Vicente Macip	Valencia	1542	Religiosa
8	08/04/1999	La última cena	Vicente Juanes	Valencia	1560	Religiosa
9	09/04/1999	Bodas místicas del venerable Agnesio	Juan de Juanes	Valencia	1555	Religiosa
10	12/04/1999	Muerte de San Jerónimo	Vicente Requena "El joven"	Valencia	1589	Religiosa
11	13/04/1999	Virgen de la Esperanza con ángeles músicos	Joan de Sarinyena	Valencia	1610	Religiosa
12	14/04/1999	Sueño de la Madre de San Eloy	Francisco Ribalta	Valencia	1607	Religiosa

13	15/04/1999	Abrazo de San Francisco al crucificado	Francisco Ribalta	Valencia	1620	Religiosa
14	16/04/1999	Preparativos para la crucifixión	Juan Ribalta	Valencia	1615	Religiosa
15	19/04/1999	Martirio de Santiago el menor	Pedro Orrente	Valencia	1639	Religiosa
16	20/04/1999	Jerónimo Jacinto de Espinosa	Sagrada Familia con el niño dormido	Valencia	1630	Religiosa
17	21/04/1999	Josué deteniendo el sol	Esteban March	Valencia	1655	Religiosa
18	23/04/1999	Alegoría del oído	Miguel March	Valencia	1660	Laica
19	26/04/1999	Heráclito	José de Ribera	Valencia	1630	Laica
20	27/04/1999	San Sebastián atendido por Santa Irene	José de Ribera	Valencia	1631	Religiosa
21	28/04/1999	Autorretrato	Diego Velázquez	Valencia	1650	Laica
22	29/04/1999	Retrato de Doña Joaquina Candado	Francisco de Goya	Valencia	1802	Laica
23	30/04/1999	Virgen de la Merced redentora de cautivos	Vicente López Portaña	Valencia	1803	Religiosa
24	03/05/1999	El guardavía	Ignacio Pinazo	Valencia	1877	Laica
25	04/05/1999	Grupa valenciana	Joaquín Sorolla	Valencia	1906	Laica
26	05/05/1999	San Jaime y San Gil	Jaume Baco	Valencia	1450	Religiosa

La serie II que contempla los siguientes 26 capítulos, en los que el tratamiento temático responde a un modelo iconográfico similar a la serie I, donde la religiosidad aparece en 19 obras y el carácter laico en 7 de ellas, según se expone en el gráfico 34:

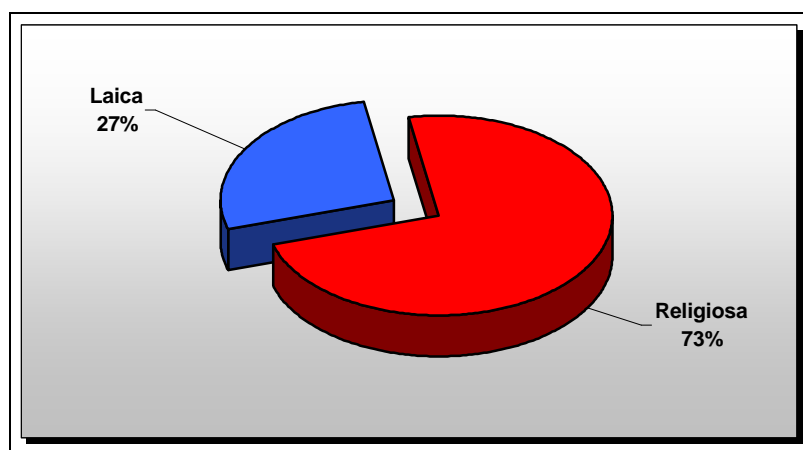


Gráfico 34. (Iconografía serie II).

Serie II

Cap	Fecha emisión	Obra	Artista	Localización museística	Año	Iconografía
1	21/04/2003	Retablo de la Santa Cruz	Miguel Alcañiz	Valencia	1410	Religiosa
2	28/04/2003	Retablo de la vida de la Virgen	Pere Nicolau	Valencia	1404	Religiosa
3	05/05/2003	Díptico de la Anunciación	Maestro de Bonastre	Valencia	1450	Religiosa
4	12/05/2003	Retablo de San Martín, Santa Ursula y San Antón	Gonzalo Perís Sarriá	Valencia	1438	Religiosa
5	19/05/2003	Transito o dormición del la Virgen	Joan Reixach	Valencia	1460	Religiosa

6	26/05/2003	Predela con ocho escenas de la pasión de Cristo	Joan Reixach	Valencia	1475	Religiosa
7	02/06/2003	Retablo de los tres Reyes	Maestro de Perea	Valencia	1491	Religiosa
8	09/06/2003	Retablo del Juicio Final	Mestro de Artés	Valencia	1512	Religiosa
9	16/06/2003	Los improperios	Maestro de Alzira	Catedral Valencia	1540	Religiosa
10	23/06/2003	Virgen de la Leche	Pedro Berruguete	Valencia	1465	Religiosa
11	30/06/2003	Tríptico de la Pasión	El Bosco	Valencia	1513	Religiosa
12	07/07/2003	La Magdalena	Jerónimo Jacinto de Espinosa	Valencia	1650	Religiosa
13	14/07/2003	La Virgen con el niño	Jerónimo Jacinto de Espinosa	Valencia	1630	Religiosa
14	21/07/2003	Resurrección de Cristo	Fernando Yáñez de Amedina	Valencia	1520	Religiosa
15	28/07/2003	Naturaleza muerta con cerámica	Thomas Yepes	Valencia	1649	Religiosa
16	04/08/2003	Retrato ecuestre de D. Francisco de Moncada, Marques de Aytona	Anthon Van Dyck	Valencia	1631	Religiosa
17	11/08/2003	El rapto de las Sabinas	Valerio Castello	Valencia	1650	Religiosa
18	18/08/2003	Baco Joven	Joaquín Agrasot Juan	Valencia	1872	Laica
19	25/08/2003	Clotilde en la ventana	Joaquín Sorolla			Laica

20	01/09/2003	Retrato de Don Amalio Gimeno	Joaquín Sorolla	Valencia	1919	Laica
21	08/09/2003	San Juan Bautista	Joan de Sarinyena	Valencia	1603	Religiosa
22	15/09/2003	Guirnalda de flores con un cazador	Benito Espinós	Valencia	1790	Laica
23	02/09/2003	Retrato del General Ramón María de Narváez	Vicente López Portaña	Valencia	1849	Laica
24	29/09/2003	Alegoría de Carlos III	Manuel Camarón Melià	Valencia	1783	Religiosa
25	06/10/2003	Amor de madre	Antonio Muñoz Degrain	Valencia	1913	Laica
26	13/10/2003	El Bósforo	Antonio Muñoz Degrain	Valencia	1914	Laica

3.5.5. *Viatjar sense bitllet* (1998)

Esta serie documental introduce al espectador en rutas temáticas, culturales, turísticas y medioambientales, y acercan al televidente a la realidad del patrimonio histórico, artístico, arquitectónico y natural de la Comunitat Valenciana.

Se trata de una entrega de 13 capítulos con una duración de 26 minutos. Dirigida por Ximo Pérez para la productora valenciana Trivisión²⁷², y cuenta además con Jaime Millás como guionista y Toni Canet en la realización.

Cap	Fecha	Título	Patrimonio
1	29/10/2003	Isla: vivir en Tabarca	Natural
2	30/10/2003	Fuego: iniciación a la fiesta ritual	Etnológico
3	31/10/2003	Zonas húmedas: viaje de las aves	Natural
4	03/11/2003	Vía Augusta: el camino romano	Mixto
5	04/11/2003	Camino de San Jaime: ruta de los peregrinos	Mixto
6	05/11/2003	Dunas: el viaje de las arenas	Natural
7	06/11/2003	Castillos: talayas de tierra adentro	Arquitectónico
8	07/11/2003	Pinturas rupestres	Arqueológico
9	10/11/2003	Ermitas: el poso de los milagros	Arquitectónico
10	12/11/2003	Monasterios: un viaje al silencio	Arquitectónico
11	17/11/2003	Vinos: el sabor de la tierra	Etnológico
12	18/11/2003	Campanas y relojes: el sonido más antiguo	Sonoro
13	19/11/2003	Faros: la luz de la costa	Mixto

²⁷² Trivisión S.L. C/ Gonzalo Ramiro Perder 10 y 12 bajos. 46009 Valencia. 96.3466292. www.trivision.es (consultado el 13 de julio de 2007)

El Patrimonio cultural se muestra en el siglo XXI como un referente cultural clave para el desarrollo y la cohesión social, y como un recurso económico de primera instancia a partir del apogeo habido por el turismo cultural o de interior. La definición y el estudio de las tipologías del Patrimonio Cultural, tanto las variantes clásicas (Patrimonio Histórico Arquitectónico, Histórico Arqueológico, Histórico Etnográfico, Histórico Artístico, Histórico Ambiental...) o más novedosas (Patrimonio Urbano, de Montaña, Minero...) constituye una premisa indispensable para establecer una base que sea útil para su gestión, tanto para los periodistas especialistas del tema como para quienes por razones políticas o profesionales tienen responsabilidades de su uso.

Para el análisis y posterior definición de los tipos de patrimonio cultural presentes en los capítulos, se han tenido en cuenta los conceptos básicos que la UNESCO otorga a cada tipo. Así como *Patrimonio Arquitectónico* se entiende el constituido por el conjunto de edificaciones representativas de nuestra identidad cultural, junto con las ciudades y núcleos rurales tradicionales que, en su entorno natural o construido, colaboran a la definición de este acervo, necesita ser adecuadamente conservado como legado común. Por *Patrimonio Natural* se entienden aquellos espacios no urbanizados que se pueden convertir en reservorio natural de cualquier tipo y categoría, independientemente del estado de conservación en que se encuentren, siempre que la degradación sea reversible. El termino *Patrimonio Etnológico* hace referencia a todo el conjunto de bienes que se traducen en las costumbres y tradiciones de los pueblos. Es el formado por los bienes muebles e inmuebles, los conocimientos y actividades que son o han sido expresión relevante de la cultura tradicional. El *Patrimonio Mixto* son aquellas manifestaciones culturales en lugares que tienen un valor excepcional por combinar patrimonio natural y patrimonio cultural. El *Patrimonio Sonoro* y por lo tanto intangible intenta favorecer la recuperación y conservación de sonidos que forman parte del patrimonio sonoro²⁷³ y lenguaje tradicional.

²⁷³ El patrimonio cultural dispone de una imagen sonora patrimonial cada vez más borrosa, de la que emerge de forma nítida el subrayado de personajes, escenarios e ideologías mediante el sonido. Las políticas culturales encubiertas dan forma a los otros contenidos de la educación

Por último, del *Patrimonio Arqueológico* forman parte los elementos geológicos y paleontológicos relacionados con la historia de la humanidad y las muestras ecoarqueológicas extraídas en yacimientos arqueológicos que no hayan de ser destruidas una vez analizadas científicamente, y tendrán la consideración de intervenciones arqueológicas y paleontológicas los estudios directos de arte rupestre, así como las prospecciones, los sondeos, las excavaciones y cualquier otra actuación que afecte a bienes, zonas arqueológicas, zonas paleontológicas o espacios de interés arqueológico o paleontológico.

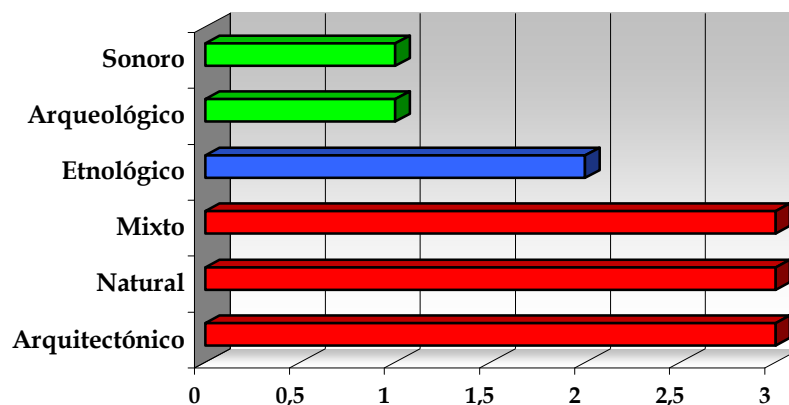


Gráfico 35. (Tipología patrimonial/nº de capítulos), (elaboración propia)

en un entrono sonoro globalizado en el que los grandes medios, sobre todo la televisión, muestran algunas industrias culturales como los soportes naturales de la universalidad. Los nuevos retos musicales del S. XXI apuntan hacia un encuentro entre el patrimonio cultural y el capital simbólico de partida que favorezca la escucha, desde la televisión, mediante una programación basada en la descentralización, diversificación y personalización de sus contenidos y estrategias comunicativas y, desde los currícula, mediante un cambio de referente que debe incluir ahora, entre otros aspectos, las estrategias cognitivas. En *"Música, Imagen Sonora y Patrimonio Cultural"*. Amparo Porta Navarro. Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación. Año III nº 5, diciembre 2003. Universitat Jaume I. pp. 203-209.

Tras el análisis de los 13 capítulos que configuran la serie documental *Viatjar sense Billet*, en el gráfico 35, se han extraído estadísticas sobre las distintas tipologías patrimoniales con el fin de definir los porcentajes emitidos en la serie. El Patrimonio Natural, Mixto y Arquitectónico con tres capítulos cada uno supera a las restantes tipologías en minutos aparecidos en la serie. El Patrimonio Sonoro y el Arqueológico quedan en sensible minoría audiovisual.

3.5.6. La casa de la mirada (2000)

La serie documental *La casa de la mirada*, es definida según fuentes Radio Televisión Valenciana, como un espacio televisivo donde el artista es el protagonista de un programa que nos acerca a sus reflexiones en torno a la obra, la forma de concebir el mundo y las fuentes de inspiración. Las imágenes de las obras (escultura, pintura, nuevas tendencias) se enriquecen con los comentarios de sus autores. Con una duración de 10 minutos, la serie se extiende a lo largo 13 capítulos. La producción se ha externalizado a la empresa valenciana *La Joiosa Guarda*²⁷⁴, aunque con carácter de coproducción. Patrocinado por la Generalitat Valenciana en *La casa de la mirada* el productor delegado para Canal 9 fue Luis Pastor Moreno en todos los capítulos de la serie, así como el realizador que según fuentes documentales procedía de la misma empresa. Concebido para una emisión semanal por capítulo, el primero de ellos se emitió el 15 de enero de 2003, y el último el 9 de abril de 2003.

Cap	Fecha Emisión	Nº Documento	Artista	Categoría Temática.	Procedencia
1	15/01/2003	BM87352D	José Iranzo Almocid,	Pintor	Valencia
2	22/01/2003	BM87573M	Joan Castejón	Pintor	Alicante
3	29/01/2003	BM87815M	José Sanleón	Pintor	Valencia
4	05/02/2003	BM88062M	J.M. Yturralde	Pintor	Cuenca
5	12/02/2003	BM88331M	Joan Cardells	Dibujante	Valencia
6	19/02/2003	BM88553M	Uiso Alemany	Pintor	Valencia
7	26/02/2003	BM88799M	Joaquín Michavila	Pintor	Castellón
8	05/03/2003	BM89019M	Miquel Navarro	Escultor	Valencia
9	12/03/2003	BM89275M	Ángeles Marco	Escultora	Valencia
10	19/03/2003	BM89519M	Carmen Calvo	Pintora	Valencia
11	26/03/2003	BM89714M	Ramón de Soto	Escultor	Valencia
12	02/04/2003	BM89954M	Natividad Navalón	Escultora	Valencia
13	09/04/2003	BM90174M	Vicente Pérís	Pintor	Valencia

²⁷⁴ *La Joiosa Guarda*, SL. Av. de Valencia, 18-1ª. 46780 Oliva (Valencia). Telf. 962852499

En el departamento de documentación de Radiotelevisión Valenciana quedan archivadas copias de todos los capítulos, además del registro textual con la información más importante de cada capítulo.

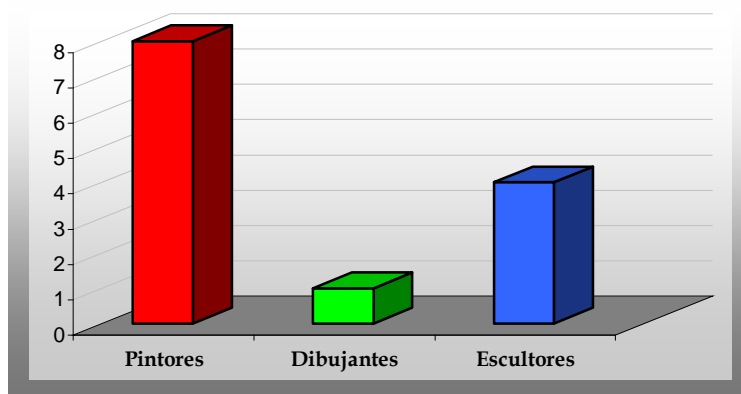


Gráfico 36. (Categoría temática/nº de capítulos), (elaboración propia)

En el gráfico 36, se puede apreciar las distintas categorías temáticas o disciplinas artísticas que han sido seleccionadas para los distintos capítulos de *La casa de tu mirada*. Los pintores son los artistas que más presencia han tenido en este programa con un total de 8 capítulos. En el caso de los escultores son 4 programas, y un único capítulo con presencia del dibujo gráfico. En cuanto a la procedencia de los artistas invitados a este programa, la totalidad de ellos proceden de la Comunitat Valenciana, a excepción del pintor José María Yturralde que aunque haya realizado la mayoría de su carrera artística en Valencia, además de su formación académica, su lugar de nacimiento es Cuenca.

En el gráfico 37, se pueden observar los porcentajes según la procedencia;

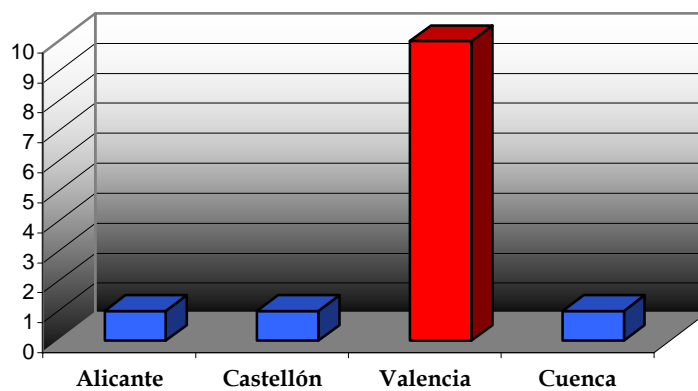


Gráfico 37. (Procedencia de los artistas), (elaboración propia)

3.5.7. *Museos de la Comunitat Valenciana* (2000)

En el registro interno del departamento de documentación de Canal 9, la serie *Museos de la Comunitat Valenciana*, consta como patrocinado por la Generalitat Valenciana, y realizada por la productora alicantina Tabarka²⁷⁵, formando así una coproducción junto a RTVV, cuya producción delegada está al cargo de Antonio Hidalgo. Según RTVV Gracias a esta serie descubriremos unos museos, que resultarán atractivos por su originalidad. Según fuentes de TVV, se indica que “conoceremos, además, las rutas turísticas en que están enclavados. Los museos han sido seleccionados por diversos motivos: la calidad y la cantidad de sus colecciones, su originalidad, la capacidad de investigación que generan o la labor de restauración que llevan a cabo”²⁷⁶.

Con una duración por episodio de 25 minutos, esta serie documental consta de 14 capítulos. El primero de ellos se emitió el 20 de noviembre de 2003, y el último el 9 de diciembre de ese mismo año. Estos 14 capítulos forman parte del convenio que la Conselleria de Educación y el ente público Radio Televisión Valenciana firmaron para la cesión de material educativo audiovisual, donde permanece disponible en las bibliotecas de los Centros de Formación, Innovación y Recursos Educativos (Cefires).

Según puede observarse en el gráfico 38, el porcentaje de episodios de la serie documental con museos localizados en Alicante es muy superior a los de Castellón, y sensiblemente más alto a los de Valencia.

²⁷⁵ Tabarka Media S.A. c/ Metalurgias, 9. 03008. Alacant. Telf. 965.981007

²⁷⁶ En http://www.canal9.es/cataleg/ficha_genero.asp?idficha=235&menu=5&idioma=CAS (Consultado el 24 de agosto de 2006)

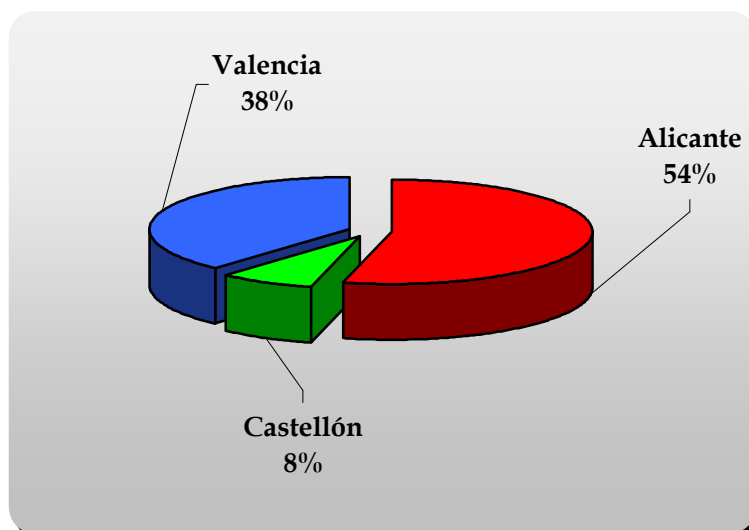


Gráfico 38. (Localización de los museos), (elaboración propia)

Cap	Fecha Emisión	Nº Documento	Museo	Procedencia
1	20/11/2003	BM97324D	Museu Militar de la regió centre	Valencia
2	21/01/2003	BM97540D	Casa museu de Blasco Ibáñez	Valencia
3	24/11/2003	BM97774D	Museu de l'art major de la seda	Valencia
4	25/11/2003	BM97985D	Museu Nacional de Ceràmica González Martí	Valencia
5	26/11/2003	BM98209D	Museu de la taronja de Borriana	Castellón
6	27/11/2003	BM98650D	Casa museu d'Azorín	Alicante
7	28/11/2003	BM98910D	Museu del joguet d'Ibi	Alicante
8	01/12/2003	BM99386D	Museu de l'artista faller	Valencia
9	02/12/2003	BM99624D	Museu arqueològic de l'Alcudia d'Elx	Alicante
10	03/12/2003	BM99888D	Museu del Torró	Alicante
11	04/12/2003	BM100142D	Museu del calcer	Alicante
12	05/12/2003	BM100702D	Museu del xocolate	Alicante
13	08/12/2003	BM100967D	Museu agrícola de Pusol (Elx)	Alicante
14 <small>277</small>	09/12/2003	BM101253D	Museos grans i petits	-

²⁷⁷ El episodio nº 14 y último, es un resumen de la multitud de museos más o menos importantes que pueden localizarse en la Comunitat Valenciana, por lo que es imposible indicar una sola ubicación geográfica.

3.5.8. *Monuments. Histories vives* (2001-02)

Según fuentes de Televisión Valenciana, *Monuments, històries vives*, es un retrato de los monumentos y edificios que han logrado sobrevivir, con mayor o menor dificultad, al paso de los siglos. Esta serie está centrada en los aspectos funcionales del monumento y de qué manera han sido alterados para salvarlos de una muerte anunciada. Posee una tipología clásica seriada, con 13 capítulos de 30 minutos de duración. Se trata de una coproducción de TVV y la productora El Peix Nicolau, realizada en el año 2001. El primer episodio se emitió el 9 de enero del 2002, y el capítulo 13 y último el 13 de abril del mismo año. Colabora de forma completa el historiador y experto en difusión del patrimonio Eduard Mira.

En términos de la profesora Beatriz Santamaría Campos (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 78), “el patrimonio arquitectónico forma parte importante del patrimonio histórico-artístico, y entraña una concepción entre las construcciones, el entorno histórico y el entorno natura”. Hoy en día merece una atención especial por parte de las instituciones encargadas de la conservación y restauración del patrimonio cultural, ante la problemática específica de restauración, reutilización e integración funcional de los bienes arquitectónicos. Se trata de un patrimonio básicamente inmueble que aparece inscrito en un contexto social, cultural, histórico y físico.

Según la misma autor, podemos establecer dos subcategorías dentro del patrimonio arquitectónico:

- a) Patrimonio arquitectónico rural. Edificios o conjuntos o edificios históricos como los castillos, murallas, palacios o iglesias y las edificaciones típicamente rurales, la llamada arquitectura tradicional, como las casas de campo, los molinos, las ermitas, las alquerías, las acequias y un largo etcétera.
- b) Conjuntos históricos urbanos. Son los centros urbanos, los núcleos históricos, los barrios monumentales, las tramas urbanas, las ciudades patrimonio de la humanidad, etc. Junto con los parques y jardines históricos.

En este sentido, *Monuments, històries vives* puede reconocerse como un ejemplo de la difusión audiovisual de este tipo de patrimonio arquitectónico, el urbano;

Cap.	Fecha	Título	Provincia
1	09/01/2002	Sant Mateu, ciutat	Castellón
2	16/01/2002	Gandia, Ciutat Ducal	Valencia
3	23/01/2002	Valencia, urb mercantil	Valencia
4	30/01/2002	Valencia, la Seu de la Ciutat	Valencia
5	06/02/2002	Penyiscola, la Roca Santa	Castellón
6	13/02/2002	Cocentaina, Moros i Cristians	Alicante
7	20/02/2002	Oriola, entre dos universos	Alicante
8	27/02/2002	Morella, la Ciutat	Castellón
9	06/03/2002	La Xàtiva dels Borja	Valencia
10	13/03/2002	Villena, ciutat de frontera	Alicante
11	20/03/2002	Valencia, panteó reial	Valencia
12	27/03/2002	Valencia civil	Valencia
13	03/04/2002	Valencia, Metròpolis gòtica	Valencia

Según los datos adjuntos, los programas cuyos contenidos se establecen en monumentos o conjuntos históricos en Valencia son claramente mayoría frente a los emitidos sobre obras arquitectónicas de Alicante y Castelló, según se refleja en el gráfico 39. En estas dos últimas localizaciones existe un equilibrio numérico, de la misma forma que se presentaban en otros programas como es el caso de la *Casa de la mirada*.

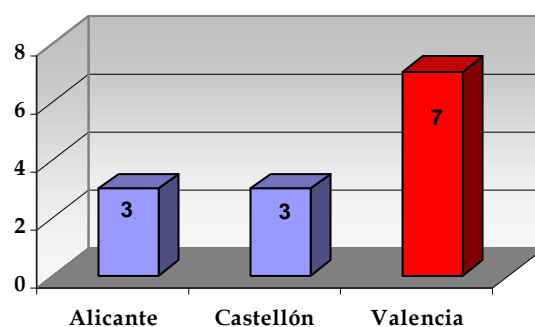


Gráfico 39. (Localización de los capítulos), (elaboración propia)

3.5.9. La Finestra indiscreta (2002)

Según fuentes de TVV, “*La finestra indiscreta* es un programa moderno, original y divertido que habla de la Comunitat Valenciana y de sus habitantes a través de un recorrido por la arquitectura de sus edificios”.

La periodista valenciana Maria Josep Barberà será la encargada de abrir las puertas de los edificios más emblemáticos de la arquitectura valenciana. Maria Josep será también la encargada de entablar interesantes conversaciones con los arquitectos, constructores y decoradores además de con los vecinos de cada uno de los edificios para poder descubrir más detalles sobre las construcciones.

La historia, el valor cultural y arquitectónico de los edificios y también la influencia de los mismos en las vivencias personales de los habitantes centrarán buena parte de las charlas. Un programa moderno, original y divertido que habla de la Comunitat Valenciana y de sus habitantes a través de un recorrido por la arquitectura de sus edificios.

La serie cuenta con 26 capítulos de 40 minutos, dirigidos por Eva Vizcarra y guionizado por Miquel Beltrán y Mónica Picó, para la productora valenciana Endora Producciones, S.L.²⁷⁸. La propia productora afirma que “el producto audiovisual como un documento es una normalización de la mirada, hay una historia de las imágenes. Generamos contenidos, hacemos documentales. Este ha sido el medio elegido para acercar al espectador a realidades tan diversas como la arquitectura, la historia contemporánea o los medios de comunicación. Con un lenguaje sencillo, diáfano y próximo a los nuevos usos documentales, nuestras producciones tratan de demostrar que lo interesante no es patrimonio exclusivo de los especialistas”.

En cada documental de la *Finestra Indiscreta* se analizará un edificio de singulares características que será diseccionado por:

²⁷⁸ Endora Producciones S.L. c/ Martínez Cullbells, nº 6 puerta 1. 46002. Valencia. 96.394. 22.01. <http://www.endoraproducciones.com/> (visitado el día 15 de junio de 2007).

- Un historiador, quien hablará del contexto social, económico y político en que se construyó el edificio, así como del entorno en el que se encuentra ubicado.
- El arquitecto que diseñó el edificio, o en su defecto un familiar, quien se adentrará en el perfil humano y en el anecdotario del autor del proyecto.
- Otro arquitecto, experto conocedor del edificio, analizará sus características arquitectónicas más reseñables.
- Personas relevantes del mundo de la cultura que pondrán en relación la arquitectura con sus propias disciplinas, haciendo hincapié en las influencias mutuas.
- Algunas de las personas que habitan el inmueble, quienes nos contarán las historias ocurridas en él, sus particulares formas de "vivir el edificio" estableciendo así un diálogo arquitectura–vida.

Estas intervenciones vendrán guiadas por un presentador/periodista quien a modo de turista accidental irá entrevistando a todas estas personas, creando así, un auténtico relato coral sobre un edificio y sus habitantes.

A lo largo de sus 26 capítulos se seguirán las corrientes del desarrollismo de los años sesenta, la arquitectura industrial de finales del siglo XIX, el espléndido modernismo de principios del siglo XX, las influencias desatadas por el racionalismo de Le Corbusier, el eclecticismo sintético de algunas apuestas de los ochenta, edificaciones en altura etc, todo ello contado desde la experiencia más contemporánea de toda esta arquitectura, de todos estos edificios que perduran, que siguen vivos y habitados. *La Ventana Indiscreta*²⁷⁹ enseña a mirar y a descubrir nuestra propia ciudad como paisaje humano.

²⁷⁹ “Se agradece la permanencia en antena de un formato como *La finestra indiscreta*, que, el pasado viernes, estrenó nueva temporada (y van seis). El viernes nos mostró el edificio Moróder y recuperó la figura del genial arquitecto Miguel Fisac. Un visionario. Junto a espacios como S´estila!, lleva camino de figurar en el listado histórico de producciones dignísimas de Punt 2 que, por derecho propio, siguen encabezando Solidarís y Medi ambient”. En Levante EMV. 2 de mayo de 2007.

Nº	EDIFICIO/CONSTRUCCIÓN	PROVINCIA	PERSONAJE	PROFESIÓN
1	PLAÇA REDONA	Valencia	Manuel Vicent	Escritor
1	"	"	Ángel Martínez	Arquitecto
1	"	"	Juan María Moreno	Arquitecto
1	"	"	Liberto Rabal	Actor
1	"	"	Pasqual Lucas	Crítico artístico
1	"	"	Manuel Rodríguez	Pintor
2	FINCA ROJA	Valencia	Tonino López Guitian	Periodista
2	"	"	Amadeo Serra	Historiador del Arte
2	"	"	Pep García	Escritor
3	LA MANZANERA (Calpe)	Alicante	Ricardo Bofill	Arquitecto
3	"	"	Antonio Banyuls	Arquitecto
3	"	"	Anna Bofill	Compositor
3	"	"	Josep Azorín	Pintor
3	"	"	Carolina Ferré	Periodista
3	"	"	Manu Fernández	Diseñador
4	CASA JUEVA	Valencia	Javier Pérez Rojas	Historiador del Arte
4	"	"	Antonio de Felipe	Pintor
4	"	"	Mª Fernanda Mancebo	Historiador del Arte
4	"	"	Ramón Escribá	Conservador de arte
5	FINCA DE FERRO	Valencia	Amando Llopis	Arquitecto
5	"	"	Pepe Romero	Escultor
5	"	"	Emilio Jiménez	Arquitecto
5	"	"	Toni Cantó	Actor
5	"	"	Marta Marco	Pintor
5	"	"	Vicente Barrera	Torero

6	COOPERATIVA SANT CRISTÒFOL	Castellón	Ferran Olucha	Historiador del Arte
6	"	"	Joan Ripollés	Pintor
6	"	"	Jaume Prior	Arquitecto
7	CASA ALBACAR	Valencia	Trinidad Simó	Historiador del Arte
7	"	"	Carlos Salazar	Arquitecto
7	"	"	Emilio Gutiérrez Caba	Actor
7	"	"	Lucrecia Bori	Músico
7	"	"	Jaime Siles	Poeta
7	"	"	Vicente Gallego	Poeta
7	"	"	Salvador Albacar	Conservador de arte
8	COMPLEJO VISTAHERMOSA	Alicante	J.A. García Solera	Arquitecto
8	"	"	Justo Oliva	Arquitecto
8	"	"	Cristina Alberola	Bailarín
8	"	"	Adriano Carrillo	Escultor
9	VIL.LES DE BENICÀSSIM	Castellón	Inmaculada Rodríguez	Historiador del Arte
9	"	"	Enric Llop Vidal	Arquitecto
9	"	"	Jorge Berlanga	Escritor
9	"	"	Vicente T. Maristany	Arquitecto
10	CASA DE LES TARONGES	Valencia	Daniel. B. Goerlich	Historiador del Arte
10	"	"	Jaime Mira Franco	Arquitecto
10	"	"	Xavier Montsalvatge	Escultor
10	"	"	Javier Mariscal	Diseñador
11	CASA CARBONELL	Alicante	Andrés Martínez	Historiador del Arte
11	"	"	Sara Navarro	Diseñador
11	"	"	Enrique Lledó	Pintor
11	"	"	José Bauza	Escritor
11	"	"	Santiago Varela	Arquitecto
11	"	"	Fernando Cerceró	Arquitecto

11	"	"	Hannibal Laguna	Diseñador
12	SANTA MARIA MICAELA	Valencia	A. Sánchez Casado	Historiador del Arte
12	"	"	Maota Soldevilla	Historiador del Arte
12	"	"	Paco Alberola	Fotógrafo
12	"	"	Rosa Torres	Pintor
12	"	"	Josep Maria Sancho	Arquitecto
12	"	"	Carmen Jordá	Arquitecto
12	"	"	Albert Peñín	Arquitecto
13	HOTEL VORAMAR (Benicassim)	Castellón	Ana Pallarés	Arquitecto
13	"	"	Gerardo Vega	Dir.Cine
13	"	"	Luis Herrero	Periodista
13	"	"	J.L. Martín Prieto	Periodista
13	"	"	Jesús Asin Bernal	Fotógrafo
13	"	"	Lluis Meseguer	Catedrático
14	TORRE VISTAMAR (Sant Joan)	Alicante	Justo Oliva	Arquitecto
14	"	"	Juan Guardiola	Arquitecto
14	"	"	Juan Luis Galiardo	Actor
14	"	"	Lucas Soler	Escritor
14	"	"	Tina Pastor	Historiador del Arte
15	CASA SAGNIER	Valencia	German Teresí	Historiador del Arte
15	"	"	Iñigo Magro de Orbe	Arquitecto
15	"	"	Andrés Alfaro Hoffman	Interiorista
15	"	"	Valentín Herraiz	Modisto
15	"	"	Luigi Settembrini	Crítico artístico
16	CASA MERLE	Valencia	Sento Llobell	Dibujante
16	"	"	Josep Montesinos	Historiador del Arte
16	"	"	Arturo Valls	Presentador TV
16	"	"	Rafael Rivera	Arquitecto
17	SANTA MARGARITA (Benidorm)	Alicante	Antonio Escario	Arquitecto

17	"	"	Joaquín Oristrell	Dir.Cine
17	"	"	José Miguel Iribas	Sociólogo
17	"	"	Javier Furia	Músico
18	EDIFICIO ROIG VIVES	Valencia	Francisco Taberber	Arquitecto
18	"	"	J. Estevan Chapapria	Arquitecto
18	"	"	Evaristo Navarro	Escultor
18	"	"	Pablo Llorens	Diseñador
19	EDIFICIO VILLALBA	Valencia	Luis Alonso de Armiño	Arquitecto
19	"	"	Juan Manuel de Prada	Escritor
19	"	"	Vicente Colomer	Arquitecto
19	"	"	Aurea Ortíz	Historiador del Arte
20	CONJUNTO EDIFICIOS MORO ZEIT	Valencia	Juan Luis Piñón	Arquitecto
20	"	"	F.José Pérez Marsa	Arquitecto
20	"	"	Sergio Cabrera	Dir.Cine
20	"	"	Amparo Rivelles	Actor
21	CASA ARRUFAT (Vila Real)	Castellón	Joan Feliu	Historiador del Arte
21	"	"	Martín Palermo	Deportista
21	"	"	Carlos Bento	Arquitecto
21	"	"	Manuel Saez	Artista Multidisciplinar
22	EDIFICIO CÁNOVAS	Valencia	Agatha R. de la Prada	Modisto
22	"	"	Armando Pilato Iranzo	Historiador del Arte
22	"	"	Lourdes García Sogo	Arquitecto
22	"	"	Julio Gómez	Arquitecto
22	"	"	Rafael Martínez	Arquitecto
23	CASA DEL PAVO (Alcoi)	Alicante	Joel García	Historiador del

				Arte
23	"	"	Juan José Moya	Arquitecto
23	"	"	Josep Torró	Historiador
24	EDIFICIO FERCA	Valencia	Adolf Herrero	Arquitecto
24	"	"	Luis Perdigón	Urbanista
24	"	"	Artur Heras	Pintor
24	"	"	Manel Ibáñez	Interiorista
24	"	"	Juan Luis Iborra	Escritor
24	"	"	Simeón Palomares	Interiorista
25	EDIFICIO DE MÁXIMO BUCH	Valencia	Jorge Torres	Arquitecto
25	"	"	Julio Wallovits	Dir.Cine
25	"	"	Alberto Peñín	Arquitecto
25	"	"	Manuel Cerdá	Arqueólogo
26	SANTA AGUEDA (Benicassim)	Castellón	Tomás Llorens	Historiador del Arte
26	"	"	Oriol Bohigas	Arquitecto
26	"	"	Pilar de Insausti	Arquitecto
26	"	"	José María Aznar	Arquitecto
26	"	"	Jaume Gual	Diseñador
26	"	"	Juan Antonio Juncos	Arquitecto
26	"	"	Carmen Redondo	Arquitecto

Tras haber analizado todos los capítulos de la *Finestra Indiscreta*, y como modelo clásico de programación sobre patrimonio cultural y artístico, en este caso arqueológico, se han extraído las siguientes conclusiones estadísticas;

- Respecto a la localización de los edificios singulares objeto de los programas, estos están presentes según se indica en el gráfico 40, puede apreciarse que Valencia es la provincia donde este tipo de arquitectura ha tenido mucha más presencia en la serie documental con 15 edificios (un 58%), seguido de Alicante con 6 y Castellón con 5.

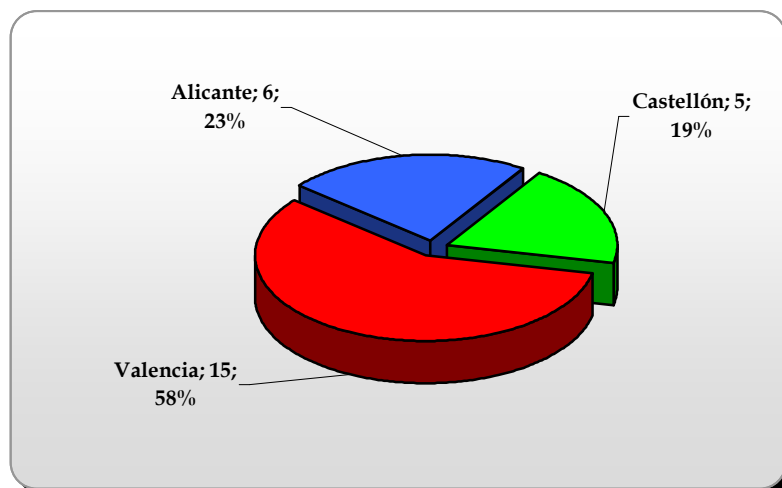


Gráfico 40. (Nº Construcciones/ provincia), (elaboración propia)

- Los capítulos están guionizados y realizados de tal forma que tengan cabida distintas personalidades que conocen en profundidad la edificación, y que desde una posición multidisciplinar aborden cuestiones históricas, artísticas o sociológicas. Las cinco profesiones que más se han considerado en los capítulos como acreditados expertos pueden observarse en el gráfico 41:

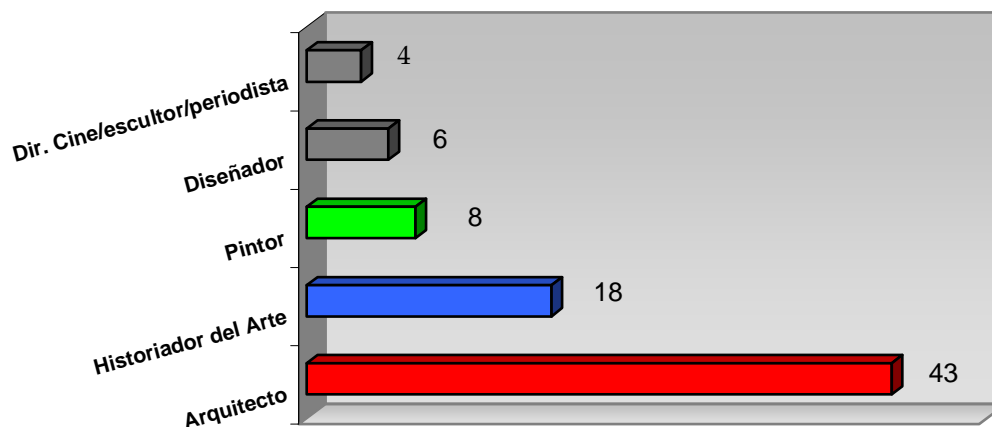


Gráfico 41. (Profesión/intervenciones), (elaboración propia)

El programa seriado *La Finestra Indiscreta* también estuvo grabando en Torrevieja, concretamente en el Teatro-Auditorium Municipal, aunque finalmente no se incluyó en la serie de capítulos ya emitidos²⁸⁰.

²⁸⁰ “El programa de la Televisión Valenciana especializado en la arquitectura de nuestra Comunitat, *La finestra indiscreta*, ha estado durante todo el día de hoy viernes en la ciudad grabando un programa especial dedicado al Teatro-Auditorio Municipal de Torrevieja, un programa de arquitectura en el que se emiten amplios reportajes de los edificios emblemáticos y más representativos de la Comunitat Valenciana, tanto por su carácter innovador y de vanguardia como por su antigüedad y estilo arquitectónico. *La finestra indiscreta* ya emitió en la anterior temporada un amplio reportaje sobre el Centro Cultural “Virgen del Carmen” de Torrevieja, de reciente creación. El Teatro-Auditorio Municipal de Torrevieja, diseñado por el prestigioso arquitecto español Alejandro Zaera, y por Antonio Marquerie, se encuentra entre los nuevos edificios de vanguardia más significativos de la Comunitat Valenciana, especialmente por su fisonomía tanto exterior como interior, además de contar con la tecnología más puntera y moderna de este tipo de edificios. El reportaje sobre el Teatro-Auditorio Municipal de Torrevieja contará además con entrevistas a los arquitectos, al concejal de Cultura del Ayuntamiento de Torrevieja, al coordinador de la Concejalía y responsable del Teatro, al cronista oficial de la ciudad, así como a varios vecinos de Torrevieja quienes opinan sobre este emblemático edificio de la ciudad, convertido desde su inauguración en junio de 2006 en un referente cultural de la ciudad. El programa sobre el Teatro será emitido el próximo mes de mayo, aún por confirmar la fecha concreta”. En torrevieja.com “*Canal 9 graba un programa especial sobre el Teatro-Auditorium Municipal de Torrevieja*”, (Consultado el 19 de mayo de 2007)

3.5.10. *Els castells en el temps* (2003)

Hubo un tiempo en que desde la cuenca del Ebro, hasta la desembocadura del río Segura, el interior de las tierras del reino de Valencia podía recorrerse sin perder nunca de vista la cima de una fortaleza o de una torre de defensa. Una producción sobre la historia de los castillos, desde sus orígenes hasta la actualidad²⁸¹.

Esta serie documental, magníficamente realizada en escenarios localizados de forma inmejorable, tiene 13 capítulos de 30 minutos cada uno. Producido el 1999, *Els castells en el temps* fue emitido su primer capítulo el 7 de julio de 2000, siendo el último capítulo, emitido por Punt 2 el 29 de septiembre de 2000.

En el artículo 2 de la modificación de las disposiciones adicionales en la Ley 4/1998, de 11 de junio, de La Generalitat, del *Patrimoni Cultural Valencià*, en su punto 2 se describe que la Conselleria competente en materia de cultura elaborará, para su aprobación por el Consell, la relación de las cuevas y abrigos que contengan manifestaciones de arte rupestre, los castillos y los escudos, emblemas, piedras heráldicas, rollos de justicia, cruces de término y demás piezas y monumentos de índole análoga de más cien años de antigüedad, declarados todos ellos Bienes de Interés Cultural integrantes del patrimonio cultural valenciano.

Podemos por ello asegurar como materia sensible sobre patrimonio cultural los castillos, que en la comunidad valenciana ha tenido históricamente muy poca presencia en las instituciones, un secular legado histórico, por su aislamiento poco conocido y divulgado. Sus dudosas actuaciones de restauración, y una política cultural muy local ha provocado un desconocimiento informativo con respecto a estas fortificaciones. Al respecto, un estudio denunció numerosas restauraciones arbitrarias en castillos y fortalezas valencianas, (Levante-EMV de 15 de junio de 2002), “un estudio sobre castillos, fortalezas y torres defensivas valencianas de la Edad Media

²⁸¹ http://www.rtvv.es/documentacio/cont_educa.asp?idficha=250&idioma=CAS (visitado el 15 de mayo de 2006)

realizado por el Catedrático de Historia Medieval de la Universidad de Valencia, Pedro López Elum, denuncia los planteamientos arbitrarios que se ha seguido y se utilizan en la restauración de este patrimonio valenciano. El trabajo pone de manifiesto múltiples ejemplos de actuaciones cuestionables y realiza un especial énfasis en la ausencia de rigor histórico a la hora de acometer las intervenciones. Así, como ejemplos llamativos, describe las intervenciones realizadas en los castillos de Peñíscola o Alicante, como también en el de Petrer sobre el que dice es uno de los castillos donde la actuación ha sido, en su conjunto, más dura, llegándose a transformar el interior para nuevas funciones, lo que ha llevado incluso a modificar parte de sus antiguas estructuras”.

Hay que tener presente que la mayor parte del patrimonio arquitectónico es patrimonio religioso o eclesiástico. Esto hace que la Iglesia dé más importancia a su valor religioso, como edificios de culto, que a su protección como patrimonio. Además, “el proceso de secularización ha provocado el abandono de muchos edificios y conjuntos arquitectónicos lo que supone un serio problema para su conservación” (Hernández, Santamaría, Moncusí, Rodrigo, 2005: 79).

Este tipo de construcciones está dentro del patrimonio arquitectónico, más concretamente en la subcategoría de patrimonio arquitectónico rural, junto a edificios históricos, murallas, palacios, iglesias, etc.

En el ámbito español, el marco legislativo vigente surge a partir de la *Ley del Patrimonio Histórico* de 1985, que ha servido de modelo para el desarrollo autonómica de estas cuestiones. Esta ley, y según las tesis marcadas por la Convención de la Haya, determina que los monumentos son <<aquellos bienes inmuebles que construyen realizaciones arquitectónicas o de ingeniería y obras de escultura colosal, siempre que tengan interés histórico, artístico, científico o social>>²⁸².

²⁸² *Ley del Patrimonio Histórico Español*. Ley 16/1985 del 25 de junio de 1985. (B.O.E. nº 155 de 29 de junio de 1985) Título II. Art 15.

Cap.	Fecha	Título
1	07/07/2000	Els castells en el temps
2	14/07/2000	Sagunt, la ciutat de la discòrdia
3	21/07/2000	Al.la es gran
4	28/07/2000	Denia, la Talaia del dia
5	04/08/2000	D'Àfrica vindran
6	11/08/2000	En Jaume per València
7	18/08/2000	Lleons en la guerra, corders en el claustre
8	25/08/2000	La dansa de la mort
9	01/09/2000	Cinturons de pedra
10	08/09/2000	Aixo es diu que era...
11	15/09/2000	Sentinelles de la mar
12	22/09/2000	Ferro y foc
13	29/09/2000	Viatgers i fortaleses

3.5.11. *De festa le vespra* (2004-05)

Según la UNESCO²⁸³, “los usos sociales, los rituales y los actos festivos son actividades habituales que estructuran la vida de las comunidades y de los grupos, siendo compartidas y estimadas por grandes segmentos de los mismos”. Su significado emana del hecho de que reafirman la identidad grupal o comunitaria de quienes los practican. Realizados en público o en privado, esos usos sociales, rituales y festivos pueden estar asociados al ciclo vital de individuos y grupos, al calendario agrícola, a la sucesión de las estaciones o a otros sistemas temporales. Están condicionados por visiones del mundo y por historias percibidas y recuerdos. Varían desde reuniones sencillas hasta celebraciones y conmemoraciones multitudinarias. Cada uno de esos subámbitos es vasto en sí mismo, pero también existe un alto grado de solapamiento entre ellos.

De festa, la vespra se trata de una serie documental sobre fiestas populares de algunas localidades de la Comunitat Valenciana. La producción junto a TVV es realizada por la productora valenciana *Endora Producciones*²⁸⁴, quien considera que el programa nos muestra las fiestas de la Comunitat Valenciana, a través de un recorrido por el ciclo festivo de los valencianos. Una serie documental que indaga en el origen, estructura, mecanismos y evolución de las fiestas de la Comunitat Valenciana. *De la Festa, la vespra*, muestra un mosaico de las otras fiestas más importantes, originales, singulares, multitudinarias de la Comunitat. Y muestra sus claves, cual es su origen y su sentido. Descubrimos que muchas de las fiestas participan de una corriente universal o europea, otras tienen su origen en la época romana, en la etapa islámica, o en la más cercana época medieval y otras que parecen fiestas que se celebran desde siempre, tienen un origen muy cercano, de mediados del siglo XX. *De la Festa, la vespra*, nos enseña la fiesta en clave antropológica: la fiesta que subvierte el orden natural como válvula de escape (El Carnaval, las

²⁸³ Texto de la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, redactado en París el 17 de octubre de 2003 por la UNESCO.

²⁸⁴ <http://www.egeda.es/endoraproducciones/default.asp> C/ Martínez Cubells, N 6. Pta. 1 46001 Valencia.

fiestas de locos), la fiesta que exorciza la guerra (moros y cristianos). Antropólogos y sociólogos, estudiosos de la fiesta nos cuentan los nexos y las estructuras del ciclo festivo y nos explican sus claves. Pero también aparece la fiesta como fenómeno colectivo, como lugar de encuentro de una colectividad que se reúne y celebra, afirmando su identidad como pueblo. La fiesta que es, en definitiva, gente deseosa de celebrar, de afirmarse, de perpetuar la tradición. En *De la Festa, la vespra*, aparece pues gente que nos cuenta su vivencia de la fiesta, jóvenes que se incorporan, gente mayor que la ha vivido desde siempre, recién llegados que se vinculan a la nueva tierra donde viven gracias a la fiesta. *De la Festa, la vespra*, nos muestra la estructura, la organización de la fiesta, da a conocer a los protagonistas del trabajo interno, lo que no se ve pero que la hacen posible. Un trabajo que se lleva a cabo durante todo el año. La Comunitat Valenciana posee un amplio repertorio de fiestas, uno de los factores que las singulariza frente a otros lugares es la compleja organización de las mismas: comisiones, peñas, comisiones de hogueras, comparsas, sociedades, asociaciones, filae de moros y cristianos... *De la Festa, la vespra*, en definitiva, con un formato atrevido, moderno y rupturista, nos invita a un recorrido por una parte del calendario festivo de la Comunitat Valenciana, dando a conocer fiestas singulares y profundizando en la comprensión de sus claves y significados. Una mirada antropológica, pero también una mirada viva, desde el hoy de sus protagonistas. Una serie que contribuye a un mayor conocimiento de nuestra comunidad y un escaparate de la riqueza y variedad de su cultura.

En el *Texto de la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*, en el artículo 2 punto 1, se define el Patrimonio Cultural Inmaterial “como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a

promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. Se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible, y se manifiesta en particular en los siguientes ámbitos:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales

Con respecto a la difusión del denominado patrimonio cultural inmaterial, especialmente de los usos sociales, rituales y actos festivos, en el mismo artículo 2, punto 3, se entiende por “salvaguardia” las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

Y así mismo, en el artículo 14, Educación, sensibilización y fortalecimiento de capacidades, se indica que cada Estado Parte intentará por todos los medios oportunos, para asegurar el reconocimiento, el respeto y la valoración del Patrimonio Cultural Inmaterial en la sociedad lo siguiente:

- I. Programas educativos de sensibilización y de difusión de información dirigidos al público, en especial a los jóvenes;
- II. programas educativos y de formación específicos en las comunidades y grupos interesados;
- III. actividades de fortalecimiento de capacidades en materia de

salv guarda del patrimonio cultural Inmaterial, y especialmente de gestión y de investigación científica; y

IV. medios no formales de transmisión de saber.

Bajo estas consideraciones, se puede afirmar que la serie televisiva *De la Festa, la vespra* adopta las medidas necesarias para garantizar la salvaguarda de parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Comunitat Valenciana, en especial sus actos festivos.

Al respecto del Patrimonio Inmaterial, la Ley 5/2007, de 9 de febrero, de la Generalitat, de modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano, su preámbulo indica que se complementa y perfecciona la sistemática del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano, por un lado, introduciendo la figura de Espacio Etnológico dentro de las categorías con las que puede ser declarado un Bien de Interés Cultural, y por otro lado, dando expresión a un reconocimiento singularizado del resto de los bienes inventariados, con equiparación de categorías, en el caso de inmuebles en correspondencia a las establecidas para los bienes de máximo rango.

A tal fin se prevé la inscripción de dichos bienes como Bienes Inmateriales de Relevancia Local, Bienes Muebles de Relevancia Patrimonial, Bienes del Patrimonio Documental y Bibliográfico y Audiovisual de Relevancia Patrimonial y Bienes Inmateriales de Naturaleza Tecnológica de Relevancia Patrimonial. Ello permitirá que aquellas expresiones culturales claramente destacables que no alcanzan una excelencia tal que les haga merecedoras de ser declaradas Bienes de Interés Cultural, sean reconocidas y tuteladas en consonancia con su importancia local o patrimonial.

Esta serie consta de 9 capítulos de 25 minutos de duración, usando indistintamente el idioma valenciano y castellano. Sus contenidos son los siguientes:

Cap.	Fecha	Título	Localización
1	31/07/2005	Moros i Cristians. La Vila Joiosa	Alicante
2	07/08/2002	Santissim Crist de Silla	Valencia
3	16/10/2005	Fira de Tots Sants. Cocentaina	Alicante
4	23/10/25	Enfarinats de Ibi	Alicante
5	30/10/2005	Santantonades de Forcall	Castellón
6	06/11/2005	Milagros de San Vicent	Valencia
7	13/11/2005	Sant Marc de Beniarjó	Valencia
8	20/11/2005	Peregrinació a Vallibona	Castellón
9	27/11/2005	La mare de Deu de racia de Biar	Alicante

Según el gráfico 42, los documentales con contenido festivo y ritual realizados en la provincia de Alicante superan a los realizados en Valencia y Castellón provincia esta última donde únicamente hay dos capítulos.

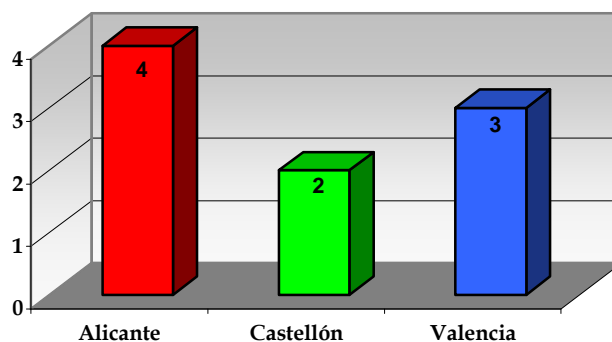


Gráfico 42. (Nº Capítulos/provincia), (elaboración propia)

3.5.12. *Les cartoixes Valencianes* (2006)

Las órdenes monásticas son instituciones que entraron en tierras valencianas de la mano de Jaume I en 1238. Algunas de ellas ya se habían formado durante el siglo XI y XII al resto de la Península Ibérica, otros, como la de Montesa, se formó en 1312 cuando se extinguió la Orden de los Templarios.

Estos dos órdenes, al igual que el resto de los militares, desaparecieron con el paso del tiempo, pero la mayoría de los otros, los renombrados mendicantes, han perdurado a lo largo de los siglos hasta llegar a la actualidad. Eso sí, las militares, a pesar de haber desaparecido, han dejado un legado impresionando y un mito alrededor de su forma de actuar y pensar, ya que eran caballeros-religiosos que luchaban y mataban en las batallas. Sin embargo, lo hacían en nombre de Dios.

Todas las órdenes religiosas militares y mendicantes tienen un papel socializador histórico en la Comunitat Valenciana. Su aportación es fundamental por tal de entender lo que somos los valencianos, como pensamos, qué tenemos, etc.

De esta forma, vemos como los valencianos del siglo XXI somos realmente el fruto de una evolución a través de la historia. No somos valencianos por casualidad. Nuestras costumbres, música, lengua, tradiciones, las técnicas de cultivo, la forma de comer, de pensar, y todo ha emergido en el siglo XXI como consecuencia de todo un pasado donde los órdenes monásticos han tenido mucho que ver, porque han sido durante siglos los únicos lugares que emanaban cultura y conocimiento a la sociedad.

Además de esta aportación socializadora, el legado de los órdenes monásticos es impresionante desde el punto de vista arquitectónico y artístico.

Son centenares y cientos de monumentos entre iglesias, monasterios, conventos, casas, escuelas y otros edificios (museos, institutos catedralicios, casas, palacios) los que han dejado como herencia histórica a las tierras valencianas. Todos ellos tienen pinturas, reliquias, esculturas y otros elementos artísticos que forman parte de la historia valenciana.

La productora valenciana Eme eme²⁸⁵, es la encargada junto a TVV de la coproducción de esta serie de 13 capítulos de 23 minutos de duración. Dirigida y realizada por Óscar Montón, la serie está presentada por la periodista Valentina Verdugo y ha tenido como director de fotografía a David Montón. Además la producción ha contado con el asesoramiento de los historiadores Albert Ferrer, Josep Marí Gómez y Julio Badenes. *Les Cartoixes Valencianes* además incluye una banda sonora original realizada por el compositor Jesús Ángel García, y ha contado también con la colaboración del reconocido grupo Capella de Ministrers. La serie cuenta con la intervención de actores del Grup de Teatre Les Valls y con las infografías realizadas por BoleMedia. *Les Cartoixes Valencianes* ha sido post-producida íntegramente en los estudios que la productora tiene en la localidad de Faura. Esta serie documental ha sido subvencionada por la Generalitat Valenciana²⁸⁶.

El objetivo de la serie será mostrar todo el legado arquitectónico, histórico, cultural y del conocimiento que los órdenes monásticos han dejado por todo el territorio de la Comunitat Valenciana. Enseñar en toda su extensión el magnetismo de todos los Órdenes, pero especialmente los militares, donde los más conocidos son “Los Templarios” que tienen a su alrededor un atractivo de mito y leyenda constante a lo largo del tiempo. Otra de las intenciones será concienciar al público valenciano de toda la aportación que las órdenes religiosas continúan dejando en la actualidad: obras sociales, parroquias, obras de restauración. En definitiva, esta serie trata de mostrar a los valencianos los tesoros que tienen en su tierra y convidarles a que los visiten personalmente a través de la serie.

Las ruinas son, en muchos casos, el único testigo que queda de la rica historia de las cartujas españolas. En la Comunitat Valenciana, la evolución de unas y otras ha tenido resultados muy diferentes entre sí. Así, mientras unas no son ni tan sólo la sombra de lo que fueron, otras han logrado revivir y ahora ofrecen servicios basados en la hostelería, pero también en el ocio y la

²⁸⁵ <http://www.emeeme.com/> Ronda Quémalo, 19-8, 46512 Faura (Valencia)

²⁸⁶ “El Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay (IVAC) ha decidido adjudicar, a través de concurso, una ayuda de 20.000 euros, aproximadamente, para la producción de la serie de trece capítulos titulada *Les Cartoixes Valencianes* a la empresa Eme Eme Producciones de la localidad de Faura”. (Las Provincias, 13 de mayo de 2006).

tranquilidad o, incluso, la diversión. En esta serie para televisión se analizará tanto el progreso de los monasterios de Castelló, Valencia y Alacant que han cerrado sus puertas, como el de las que las han abierto de nuevo y gozan de una nueva vida muy diferente a la que tuvieron durante la época en que estaban habitadas por monjes.

Por ejemplo, en el caso de *Ara Christi*, la cartuja se encuentra ahora dividida en dos partes orientadas a iniciativas diferentes. La primera, localizada al que es la cartuja en sí, como a conjunto arquitectónico, está dirigida a un tipo de cliente muy concreto. En este marco de incomparable belleza, se celebran bodas, convenciones, presentaciones de libros y otros eventos similares. El gerente, Juan Carlos Arenoso, ilustra el aprovechamiento que se hace de la cartuja y el negocio al que han sido orientadas dependencias como la iglesia, los claustros. Sin embargo, el proyecto de restauración para ofrecer varios servicios no acaba aquí. Arenoso explica en la serie cuál es el próximo objetivo: un hotel con encanto.

En la segunda zona de la misma cartuja de *Ara Christi*, Carlos Corella, gerente de la Hostelería La Cartuja, quien habla de los usos tan diferentes que hay a esta parte, más orientada a un público familiar e incluso juvenil. Las tierras del antiguo monasterio han sido transformadas restaurando, piscina y, finos y todo, campo de golfo.

Solamente quedan ruinas en *Valldecríst*, pero una asociación lucha para que se conserven y para que todos conozcan su historia. La Asociación Cultural Cartuja de *Valldecríst* nos dará las claves para el futuro de este monasterio del término municipal de Altura (Castelló).

Portaceli continúa habitada por monjes, sin embargo, para a que haya nuevas vocaciones, cada vuelta es más necesaria la presencia de la Orden en Internet. Una cuestión que puede parecer contradictoria con las normas y el tipo de vida cartujano, donde las principales características son el silencio, la meditación y la vida alejada del resto del mundo. Curiosamente, Hispanoamérica parece ser un nuevo foco de vocaciones, hecho que queda patente a la página Web de Juan Mayo, historiador que ha estudiado en

profundidad el mundo cartujano.

El diario Las Provincias (19 de junio de 2007) se hace eco de la noticia que supone el tratamiento histórico a una serie para televisión, más si esta se ha realizado y caracterizado por actores y creadores valencianos, “la productora Eme eme ha realizado una serie-documental de 13 capítulos sobre la orden cartuja. Ayer comenzó la serie que desvelará, entre otras cosas, el origen y modo de vida de estos religiosos, con declaraciones de los propios monjes cartujos de Portaceli (Serra). Por primera vez en España, y excepcionalmente, estos monjes han roto su voto de silencio y han permitido que un equipo de televisión conviva varios días con ellos. La productora viajó durante el año pasado por toda la geografía española para dar a conocer de primera mano la situación actual de cada una de las cartujas del país. Además, también han visitado la Gran Cartuja, que se encuentra en Grenoble (Francia)”.

El equipo de grabación localizó para su producción las principales cartujas de la Comunitat Valenciana, Ara Christi en el Puig, Santa María de Benifassà en la Puebla de Benifassà, Portaceli en Serra o la Cartuja de Valldecris²⁸⁷ en el municipio de Altura. También el equipo se trasladó a las cartujas repartidas por todo el territorio español, en Cataluña, Aragón, Castilla y León, Madrid y Mallorca. Por supuesto lugares de una gran importancia histórica en la creación de las órdenes monásticas como París y Grenoble.

El equipo de rodaje también ha filmado en la Biblioteca Nacional de Francia, en París, donde se conserva un "cartulario", o mapa de navegación,

²⁸⁷ - El artículo 49.1.5.^a del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana establece la competencia exclusiva de la Generalitat en materia de patrimonio histórico, artístico, monumental, arquitectónico, arqueológico y científico. Asimismo, el artículo 26.2 de Ley 4/1998, de 11 de junio, de la Generalitat, del Patrimonio Cultural Valenciano, dispone que la declaración de un Bien de Interés Cultural se hará mediante decreto del Consell, a propuesta de la conselleria competente en materia de cultura, todo ello sin perjuicio de las competencias que el artículo 6 de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, reserva a la administración general del Estado. Mediante Resolución de 10 de febrero de 1984, de la Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia, se acordó tener por incoado el expediente de declaración de Monumento Histórico-Artístico a favor de la Cartuja de Vall de Cristo, de Altura.

- Resolución de 7 de marzo de 2005, de la Dirección General de Patrimonio Cultural Valenciano de la Consejería de Cultura, Educación y Deporte, por la que se continúa con los trámites para la declaración de Bien de Interés Cultural a favor de la Cartuja de Vall de Cristo de Altura (Castellón), . (BOE 89 de 14/04/2005).

- Decreto 1/2007, de 12 de enero, del Consell, por el que se declara bien de interés cultural, con la categoría de monumento, la Cartuja de Vall de Cristo, de Altura. (BOE 70 de 22/3/2007).

procedente de la cartuja de Altura, así como en varias pinacotecas y bibliotecas de España que guardan obras de arte y documentación relacionada con la orden cartujana. Igualmente, la productora ha grabado en las localidades galas de Avignon y Perpignan, donde hace siglos varios monjes de la orden cartujana desarrollaron importantes labores de asesoramiento para el gobierno de la Iglesia Católica.

La serie documental dedica uno de sus capítulos a las "personalidades ilustres de la orden cartujana", entre los que están el hermano de san Vicente Ferrer, fray Bonifacio Ferrer, y fray Francisco Maresme, ambos valencianos de los siglos XIV y XV y "únicos superiores generales españoles de la orden cartujana en la historia". Con la realización de *Les cartoixes Valencianes*, es la primera vez que un equipo de televisión ha conseguido grabar durante tres días el interior del Monasterio Cartujano de Portaceli, y convivir con los cartujanos, orden que habita actualmente en el monasterio. Hasta la fecha ningún equipo de televisión había conseguido entrar en ninguna cartuja española, y ha supuesto el reconocimiento positivo de la crítica televisiva y especializada en Historia del Arte²⁸⁸.

²⁸⁸ "Durante varios lunes hemos podido gozar de la serie: «Les cartoixes valencianes», emitida por Punt 2, a las 23.30. La serie comprende unos trece capítulos. En un momento en que los contenidos culturales de calidad no resultan abundantes en televisión es reconfortante constatar como este programa ha sido líder de audiencia, con cincuenta mil telespectadores enganchados al tema, por otra parte no muy conocido para el gran público, semana tras semana. En octubre continuará emitiéndose. Se trata de una de una creación de la productora, de Faura, Eme Eme. El director técnico de la serie es Oscar Montón, de Canal 9, junto con B. Marín, siendo Valentina Verdugo la que con especial talento actúa de guionista y presentadora. La serie cuenta con historiadores de excepción como Albert Ferrer Orts, premio extraordinario, de doctorado por su tesis «La Cartoixa de Ara Christi 1585-1660». Y Josep Marí Gómez Lozano, experto dibujante y reconstructor de espacios arquitectónicos destruidos, especialmente de Vall de Crist, que ha tratado en diversas publicaciones. Ferrer Orts empezó estudiando la decoración esgrafiada, en la arquitectura valenciana, de gran difusión en el XVII, pero fue en Ara Christi donde encontró el tema de su tesis, y tanto se identificó con la dimensión del edificio monacal que hoy está completamente consagrado al estudio de la orden monástica. En gran parte este impulso renovador arranca del Congreso Internacional de la Cartuja celebrado en El Puig, al que acudieron entre otros Ximo Company, Miguel Àngel Catalá y diversas personalidades de la investigación. La serie cuenta con la colaboración de Fuster Serra, especialista en Porta Coeli; Arturo Zaragoza, gran conocedor y apasionado de Benifassà y del Maestrazgo en general; Amadeo Serra, especialista en arte valenciano medieval. El polifacético Daniel Benito, Joan Gavara, y diversos testimonios contemporáneos que nos hablan de su proyección social. No es únicamente el local o el autonómico, sino que se enlaza con Europa, abordando las distintas fundaciones y aquellas que quedaron sólo en proyecto, nos habla también de las fundaciones cartujanas de Castilla y Aragón, su historia y su proyección. Felicitamos a los autores y a los seguidores televisivos de esta magnífica aportación a nuestra cultura". Francisco Gil Gandia, (Canónigo de la Catedral de Valencia), en diario Levante-EMV, 4 de agosto de 2007, pág 29.

Un presentador visitará los escenarios y dará pie a las entrevistas de los protagonistas (monjes, estudiosos, cronistas, restauradores, personajes de los pueblos que aportarán crónicas, historias, leyendas, etc). La serie tiene un estilo divulgativo, pero no es de carácter religioso.

Los capítulos mostrarán los edificios y las obras artísticas, pero también explicarán la historia de cada orden: los fundadores, los preceptos o las reglas que siguen, los milagros adjudicados a sus santos, las vírgenes que se veneran, los pueblos donde están situados, su especialidad hoy día (educación, cuidar enfermos, visitar encarcelados, las misiones, etc). Asimismo, se mostrarán las congregaciones y las ramas en las que está subdividida cada orden.

En algunos capítulos será necesario e ineludible visitar otros lugares donde los órdenes nacieron por tal de completar y darle sentido al documental. Por ejemplo: la orden de la Merced nació en Barcelona. Se deberá visitar el conjunto monástico de la Merced al barrio antiguo de Barcelona y hablar de los orígenes.

Esta serie está avalada por la Universidad de Valencia a través de los profesores especialistas en el tema que forman parte del Consejo Asesor, como: Francesc A. Cardells, Julio Badenes Almenara o el catedrático de Historia Medieval Pedro López Elum.

Cap.	Fecha	Título
1	18/06/2007	L'origen de L'Orde
2	25/06/2007	Portaceli, una vida en silenci
3	02/07/2007	L'arribada dels ordes monastics
4	09/07/2007	La Cartoixa de Portaceli
5	16/07/2007	La Cartoixa de Vall de Crist
6	23/07/2007	La Cartoixa d'Ara Christi
7	30/07/2007	Santa Maria de Benifassa
8	06/08/2007	Les Cartoixes efimeres
9	13/08/2007	Cartoixans il.lustres
10	20/08/2007	L'art cartoixà
11	27/08/2007	La Corona d'Aragó
12	03/09/2007	La Corona de Castella
13	10/09/2007	Present i futur de les Cartoixes valencianes

La segunda serie documental dedicada a las Cartujas, y producida de la misma forma por Eme Eme tiene por título *L'Herència Monàstica*. Se trata de 26 nuevos capítulos donde se establecerá la siguiente estructura:

- Introducció
- Papel y función de cada orden en el Reino de Valencia
- Llegada de la orden y su evolución a lo largo de la historia: unas desaparecerán y otros como los cartujanos y mercedarios son un puente entre los pobladores que vinieran con Jaime I y los valencianos actuales.
- Los escenarios, los diferentes lugares donde se fundó la orden y donde está presente, así como los monumentos más

característicos de la orden en la Comunitat Valenciana.

- Obras pictóricas más importantes de cada escenario.
- La orden vista desde la gente del pueblo de donde se encuentra representada.
- Los milagros que tiene atribuido cada santo
- Las Vírgenes que venera cada Orden
- Regla que siguen: los preceptos
- Su especialidad: redimir cautivos, predicar, enseñanza, misiones, etc.
- Obra social actual: por ejemplo, los mercedarios visitan a los encarcelados en la cárcel y también son misioneros los dominicos, capuchinos y jesuitas. Asimismo, tienen colegios
- Personajes ilustres representativos de cada orden. Los fundadores.
- La influencia socializadora en el lugar donde se asentaron con respecto a las fiestas, tradiciones, comidas, técnicas agrícolas, música, lengua.
- Mitos, leyendas y curiosidades de las órdenes. Por ejemplo: el Dragón del Puig, la mujer Santo Joan de Ribera, la espina de Cristo dada por Jaime I al Monasterio del Puig.
- Estado de conservación. Los capítulos monográficos tendrán un apartado sobre el estado de conservación del monumento y de los proyectos de restauración que se han llevado a cabo en la actualidad. En ocasiones se pueden incorporar entrevistas a los arquitectos y decoradores y también a los responsables de las ayudas.

El índice de los 26 capítulos son los siguientes:

1. Un passeig per la història (la presentació)
2. Els orígens dels ordes
3. La croada
4. Edificis monàstics i els membres
5. Els Templers
6. L'Orde de Montesa
7. Els Ordes Militars
8. L'Orde del Cister
9. Vida Mercedària
10. L'Orde de la Mercé
11. Els dominics
12. Vida mendicant
13. Els Franciscans
14. Els caputxins
15. Els cartoixans
16. Els jerònims
17. Els agustins i les agustines
18. Els Carmelites
19. Els jesuïtes
20. Santuaris i monestirs
21. La música
22. Monestirs en perill i els nous usos
23. Ordes Modernes i congregacions
24. L'art monàstic
25. Monges de clausura
26. El llegat monàstic

3.6. Función didáctica de los contenidos audiovisuales sobre patrimonio cultural.

Para la difusión audiovisual del patrimonio cultural valenciano se debería tener muy en cuenta las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías audiovisuales, y correspondería al ente público RTVV las funciones de gestionar el ingente archivo audiovisual ²⁸⁹ sobre cultura que ha ido conformando a lo largo de sus casi 20 años de existencia. Democratizar los contenidos es parte del servicio público que debe ofrecer, respondiendo así a sus razones fundacionales. La documentación en los medios audiovisuales tiene triple finalidad (CALDERA, J y NUÑO, 2004:38):

1. Gestionar la documentación perteneciente a la empresa audiovisual.
2. Proporcionar información documental a los usuarios.
3. Conservar el patrimonio histórico de la cadena.

La documentación audiovisual que conserva una televisión es resultado de la emisión de programas. Tanto es así que los directos han de ser registrados para que puedan convertirse en documento audiovisual. Esta documentación tiene un valor patrimonial evidente para historiadores, sociólogos, comunicólogos a corto, medio y largo plazo, que se tiene en cuenta a la hora de su conservación, además de constituir la memoria y la historia del propio medio audiovisual. Este hecho es explicado por Agirreazaldegi (1997:103) cuando señala que “considerar que el material producido y emitido

²⁸⁹ “Cada día los documentalistas de televisión se enfrentan a la ingente labor de archivar correctamente centenares de documentos. Además el incesante aumento de la oferta de televisión ha multiplicado el volumen de trabajo en poco tiempo y de manera espectacular. La próxima aparición de los canales temáticos implica de lleno a estos profesionales, que se enfrentan cada día a las dificultades propias de la rapidez con que se suceden los cambios. Los responsables de Documentación de las televisiones autonómicas han constituido un grupo de trabajo para intercambiar opiniones y experiencias sobre algunas de las cuestiones que la revolución digital les plantea. La salvaguarda de patrimonio audiovisual de actualidad, la formación específica de los documentalistas y la revalorización de los fondos de archivo como consecuencia de la generalización de los canales temáticos son algunos de los retos que tienen ante sí estos particulares *guardianes de la memoria*”. En “RTVV. La Revista”. Nº 2. Enero de 1999. Pág. 11.

por la televisión tiene valor patrimonial supone afirmar que los poderes públicos tienen ciertas responsabilidades y han de hacer viable su conservación a largo plazo y su disponibilidad ante instituciones culturales, educativas e investigadoras”. En el mismo sentido, y reflexionando sobre el término documento audiovisual se puede afirmar que “posee un valor intrínseco sustentado por su propio contenido e inferido del objetivo que pretende: la propia información que difunde, el conocimiento que divulga y el ocio que divierte. Además de este valor intrínseco, el documento audiovisual puede y debe convertirse en una fuente estimable para el estudio de las ciencias sociales”²⁹⁰

Teniendo en cuenta que el archivo audiovisual de Canal 9-RTVV es el más importante de el ámbito autonómico valenciano –en cuanto al número de horas documentadas- ya que contiene el patrimonio audiovisual de los valencianos desde finales de los años 80, así como copia de un porcentaje elevado del patrimonio histórico depositado, entre otros centros, en la Fílmoteca Valenciana, su valor social es incuestionable. Ahora bien, dicho valor es un valor potencial ya que dependerá del uso que se dé a dichos fondos. Será el que los diferentes sectores implicados (gestores políticos, gestores de los medios, etc) le quieran otorgar. Bien limitándolo a la reemisión dentro de las programaciones de los diversos canales del Grupo RTVV, así como a la elaboración de trabajos audiovisuales de nuevo cuño, o bien poniendo al alcance de educadores, estudiantes, y público en general estos contenidos, sea a través de su divulgación a través de la red, o la edición en DVD u otros formatos. Es decir, llevando a cabo políticas de comunicación y de divulgación del conocimiento en este sentido, cosa que a fecha de hoy tan sólo se ha llevado a cabo de forma testimonial en alguna ocasión (CD-ROM interactivo del programa *Colp d'ull*). En este sentido, y a modo de reflexión del estado de las cosas, tan sólo hay que interesarse por conocer cual es el procedimiento a todas luces disuasorio que ha de llevar a cabo aquella parte de la audiencia que se interese por obtener copia de un material emitido que haya despertado su interés, independiente de que se trate de una persona privada, una empresa

²⁹⁰ Odriozola, E; Muñoz, J; Pavillard, S, (1994): “*La televisión pública como servicio esencial. El archivo audiovisual*”. En Documentación de las Ciencias de la Información. Nº 17. Pág. 104.

o una institución u organismo que solicita cualquier producto con fines pedagógicos y educativos²⁹¹.

Según fuentes propias del departamento de documentación de TVV, Televisión Valenciana participa y colabora en numerosas actividades culturales y educativas gracias a la difusión del fondo audiovisual, lo que permite poner al acceso del ciudadano, no sólo las emisiones de la cadena, sino colaborar en exposiciones y museos, donde el público en general, ve los reportajes, programas, etc. conservadas en el mayor archivo audiovisual de imágenes contemporáneas y de actualidad de la Comunitat Valenciana²⁹². La función del archivo audiovisual de un organismo televisivo es "la de servir a las necesidades e interés de la televisión de la que orgánicamente dependen, y su objetivo se centra en la gestión y conservación de los mencionados productos. Ahora bien, dado que la actividad de las televisiones queda enmarcada dentro de los que se entiende por servicio público, el objetivo antes aludido de las archivos audiovisuales de televisión se debate entre su función de servicio al organismo televisivo, y la necesaria tarea de garantizar la conservación de unos documentos que forman parte del Patrimonio Histórico. Los archivos audiovisuales ocupan usualmente un lugar intermedio entre videotecas comerciales y museo nacionales"²⁹³

La prensa de hizo eco de la noticia del inicio sobre las relaciones de intercambio de material audiovisual educativo entre RTVV y la Conselleria de Educación²⁹⁴. Radiotelevisión Valenciana hizo entrega a los CEFIRE (Centros

²⁹¹ Declaraciones personales para esta tesis doctora del periodista de TVV Nel-lo Pellicer. Realizada el 17 de septiembre de 2007.

²⁹² En "El Centro de Documentación de Radio Televisión Valenciana", por Lola Afonso Noguero, jefa de Documentación de RTVV.

En <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1204308>. (consultado el 28 de enero de 2007).

²⁹³ Odriozola, E; Muñoz, J; Pavillard, S, (1994): "*La televisión pública como servicio esencial. El archivo audiovisual*". En Documentación de las Ciencias de la Información. Nº 17. Pág. 108.

²⁹⁴ A través de este acuerdo, se pondrá a disposición del profesorado un fondo de programas televisivos que estará disponible en las bibliotecas de los Centros de Formación, Innovación y Recursos Educativos (Cefires), según informaron ayer fuentes de la Generalitat. Según las mismas fuentes, "RTVV a lo largo de su historia ha emitido programas de producción propia de temática actual, histórica o deportiva" que "encajan perfectamente con los contenidos curriculares de las enseñanzas no universitarias". Asimismo, indicaron que la cadena autonómica "ha tratado temas que, al margen de los contenidos escolares, preocupan a la comunidad educativa o son foco de interés para la adolescencia". En este sentido, el convenio conjuga la "vocación de servicio público" de RTVV con el "compromiso" de la Conselleria de

de Formación, Innovación y Recursos Educativos) una segunda tanda de material audiovisual para su utilización didáctica en el aula, en aplicación del convenio firmado en mayo de 2005 entre RTVV y la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte para el uso de producciones televisivas como elementos de apoyo educativo en la enseñanza secundaria. En marzo de 2006, RTVV hizo una primera entrega de más de 70 horas de producción de temática diversa, como arte –*Mirar un quadre, Museos de la Comunitat Valenciana*-, historia –*Valencians que fan història*-, música –*Como són y com sonen*- o naturaleza –*Planeta Bicicleta*-. El material cedido por RTVV está a disposición del profesorado en las bibliotecas especializadas en educación de los CEFIRE, pertenecientes a la red de bibliotecas de la Generalitat Valenciana.

En nota de prensa²⁹⁵ el ente RTVV hizo público que “desde 1989, RTVV ha producido y emitido programas de temáticas que encajan con los contenidos curriculares de educación secundaria. La decisión de RTVV de difundir su archivo de quince años de producción audiovisual responde a uno de sus principios fundacionales: la promoción de la historia, cultura y patrimonio de la Comunitat Valenciana. Además, con esta iniciativa, RTVV también incide en algunos puntos esenciales de la educación cívica, como son el respeto a la diversidad, la participación social, la protección del medio ambiente o el fomento de hábitos de vida saludables. RTVV asume así su responsabilidad en la educación y la formación, un reto social transversal que demanda el esfuerzo

Educación de proporcionar materiales complementarios a los currículos de las enseñanzas no universitarias y el "apoyo educativo para la formación individual y social del alumnado", destacaron. Así, desde el mes de junio está disponible en las bibliotecas de los 17 Cefires de la Comunitat la primera entrega de los materiales que ha hecho RTVV, que consta de 30 discos en formato DVD, con cerca de 72 horas de programación audiovisual y a partir de octubre estarán disponibles los materiales de una segunda entrega de 26 discos más, indicaron desde la Generalitat. Las series que por ahora están a disposición del sistema educativo valenciano son, por un lado, 'Mirar un cuadro'; 'Museos de la Comunitat Valenciana'; 'Nombres Propios', dedicada a biografías de personas ilustres valencianas; 'Vísperas de gloria', que trata sobre la vida cotidiana de deportistas de élite y 'Valencianos que hacen historia'. Para hacer un recorrido histórico por la Comunitat Valenciana a través de sus castillos, se puede ver 'Los castillos en el tiempo' y por último, se dispone de una serie sobre los instrumentos musicales en la que se hacen entrevistas a intérpretes y aprendices con el título 'Cómo son y cómo suenan'. “Educación y RTVV firman un convenio para proporcionar material audiovisual” En http://www.liderdigital.com/notas_prensa/notas.php#top consultado el 15 de agosto de 2007.

²⁹⁵ “Los Centros de Formación del Profesorado prestan material audiovisual de RTVV, y ofrece a los profesores de secundaria más de 140 horas de programas de interés didáctico”. En nota de prensa de RTVV, <http://www.rtvv.es/rtvv/premsa/prensa954c.asp> visitada el 15 de diciembre de 2006.

y la colaboración de todos los agentes”.

Este fondo audiovisual se ha enriquecido con la incorporación de 70 horas más de nuevas series documentales que incluyen otros campos del saber, como la ciencia y la ecología –*Preguntes al tercer Mil·lenni, Els dominis de la mar, Les artèries de la terra*-, la arquitectura –*La finestra indiscreta, Monuments històries vives*- , o sociología –*Accents*-. Completan esta segunda entrega un conjunto de informativos y documentales de producción propia de gran calidad, como *Els Camins de Cavanilles, Sorolla, el pintor de la llum, Lluís Vives l'europèu, Crònica del Rei Jaume* o *Constantí Llombart, l'escriptor del any*.

El acuerdo convertirá a las producciones televisivas valencianas en “una herramienta educativa de primera mano para trabajar con unos escolares que están creciendo en la cultura de lo audiovisual, y permitirá la difusión de nuestra historia, nuestra cultura y el patrimonio de nuestra Comunitat» entre los estudiantes”, (Levante-EMV, 4 de junio de 2005).

En su totalidad, los programas que en cumplimiento del convenio suscrito por RTVV y la Conselleria de Cultura, Educació i Esports de la Generalitat Valenciana para la difusión del patrimonio audiovisual de la Comunitat Valenciana en la comunidad educativa, se disponen en la biblioteca son los siguientes:

1. Arte.

➤ **MIRAR UN QUADRE:** Serie documental formada por 26 capítulos y producida en 1998. Cada capítulo tiene una duración de cinco minutos y analiza detalladamente un cuadro importante.

- Cap.1. La Mare de Déu de les Febres.
- Cap.2. Retaule de Fra Bonifaci Ferrer.
- Cap.3. Sant Lluc rebent de la Mare de Déu la seua Veronica.
- Cap.4. Retaule del Calvari.
- Cap.5. Mare de Deu amb l'Infant i Sant Joanet.
- Cap.6. Aparició de Crist a la Mare de Déu.
- Cap.7. Sant Sebastià.
- Cap.8. Sant Sopar.
- Cap.9. Noces místiques del Venerable Agnesio.
- Cap.10. Mort de Sant Jeroni.
- Cap.11. Mare de Déu de l'Esperança.
- Cap.12. Somni de la mare de Sant Eloi.
- Cap.13. Sant Francesc abraçant el Crucificat.
- Cap.14. Preparatiu per a la Crucifixió.
- Cap.15. Martiri de Sant Jaume el Menor.
- Cap.16. Sagrada Família amb l'Infant adormit.
- Cap.17. Josue detenint el sol.
- Cap. 18. Alegoria de l'oïda.
- Cap.19. Heràclit.
- Cap.20. Sant Sebastià atés per les Santes Irene i Lucina.
- Cap. 21. Autorretrat de Diego Velázquez.
- Cap.22. Retrat de "Doña Joaquina Candado".
- Cap.23. Mare de Déu de la Mercé, redemptora de captius.
- Cap.24. El Guardavia.
- Cap.25. La gropa valenciana.
- Cap.26. Sant Jaume i Sant Gil

➤ **MUSEUS DE LA COMUNITAT VALENCIANA:** Serie documental que consta de 13 capítulos y producida en el año 2000. Los capítulos dedicados al Museo de Arte Mayor de la Seda y el Museo de la Cerámica versan sobre arte en su faceta más artesana. También trata temas de economía valenciana desde un punto de vista histórico; así los capítulos dedicados a los museos

del chocolate, agrícola de puzol, la naranja, el calzado, el juguete y el turrón, son una mirada a la agricultura y a sectores industriales tradicionales de la Comunitat Valenciana. Los capítulos dedicados al Museo Militar y al Arqueológico de la Alcudia dan una pincelada histórica sobre los temas tratados. Cuenta con dos capítulos dedicados a los museos de Azorín y de Blasco Ibáñez, así como una al Museo Artista Fallero.

- Cap.1. Museu Històric Militar de la Regió Centre.
- Cap.2. Museu Blasco Ibáñez.
- Cap.3. Museu de l'Art Major de la Seda.
- Cap.4. Museu Nacional de Ceràmica González Martí.
- Cap.5. Museu de la Taronja de Borriana.
- Cap.6. Casa Museu d'Azorín.
- Cap.7. Museu del Joguet d'Ibi.
- Cap.8. Museu de l'Artista Faller.
- Cap.9. Museu Arqueològic de l'Alcúdia d'Elx.
- Cap.10. Museu del Torró.
- Cap.11. Museu del Calçat.
- Cap.12. Museu de la Xocolata.
- Cap.13. Museu agrícola de Pusol d'Elx

➤ **NOMS PROPIS:** Serie de biografías de personajes ilustres de diversos ámbitos de la Comunitat Valenciana basada en entrevistas a los protagonistas y producida en el año 1998. Algunos de sus capítulos están dedicados a personas del mundo del arte como Manuel Vivo, Miquel Navarro, Alex Alemany, Carmen Calvo y Luis Prados.

- Cap.1. Manuel Vivó (pintor) .
- Cap.2. Institut Bernabeu.
- Cap.3. Antonio Puchades (ex-futbolista).
- Cap.4. La indústria de la pirotecnia.
- Cap.5. Fernando Bonilla (ginecòleg).
- Cap.6. La indústria de la joguina I.
- Cap.7. La indústria de la joguina II.
- Cap.8. Vicente Luna.
- Cap.9. Anecoop.
- Cap.10. Enrique García Asensio

- Cap.11. La indústria del torró.
- Cap.12. Miquel Navarro.
- Cap.13. Institut Valencià de l'Exportació - IVEX.
- Cap.14. Àlex Alemany.
- Cap.15. Carmen Calvo.
- Cap.16. Centre d'Estudis Ambientals del Mediterrani.
- Cap.17. Luis Prades.
- Cap.18. Agència Valenciana de Turisme.
- Cap.19. Adela Cortina.
- Cap.20. Fundació Servei Valencià d'Ocupació (FVSE).
- Cap.21. José A. Velasco.
- Cap.22. José Ballester.
- Cap.23. La indústria de la seda I.
- Cap.24. La indústria de la seda II.
- Cap.25. Tomas Trénor.
- Cap.26. Antonio Ferrandis.
- Cap.27. Vicente Ruiz "El Soro".

2. Ciencia e Investigación.

➤ **PREGUNTES AL TERCER MIL·LENNI:** Serie documental de 13 capítulos producidos en 1998 que trata temas de ciencia aplicada a la sociedad y al medio ambiente, como por ejemplo la manipulación genética, energías alternativas y renovables, reciclaje de residuos, robótica, educación on-line, etc.

- Cap.1. Energies alternatives: recursos inesgotables.
- Cap.2. Residus: la cultura del reciclatge.
- Cap.3. La casa i la ciutat: entorns intel·ligents.
- Cap.4. Art: les avantatges del nou mil·lenni.
- Cap.5. Museus: la tecnologia al servei de l'art.
- Cap.6. Transports: el món a l'abast de la mà.
- Cap.7. Genètica: jugant a ser déus.
- Cap.8. Comunicació: l'aldea global.
- Cap.9. Oci i treball: un nou estil de vida.
- Cap.10. Medicina: cap a la vida eterna.
- Cap.11. Educaió i joguets.
- Cap.12. Robòtica i realitat virtual.
- Cap.13. Estètica: un cos a mida.

3. Deportes.

➤ **VESPRES DE GLÒRIA:** Serie documental de 13 capítulos, que se emitieron como previa a las olimpiadas del 2004, que tratan sobre la vida cotidiana de deportistas de élite de la Comunitat Valenciana.

- Cap.1.Amor a dos aigües (natació).
- Cap.2.El dret de l'inreves.
- Cap.3.El preu de l'amistat.
- Cap.4. Violència?.
- Cap.5. Les xiques són guerreres.
- Cap.6. Somiadores (volei platja).
- Cap.7. Una il.lusió.
- Cap.8. Sang, suor i llàgrimes.
- Cap. 9.Oblidades.
- Cap. 10.Entre cavallers.
- Cap.11. Qui té padrins.
- Cap.12. Al resto.
- Cap.13. Campions

➤ **EL JOC DE PILOTA:** Serie documental que trata del deporte autóctono de la pelota.

- Cap.1. Un esport mil-lenari.
- Cap.2. Mites i escenaris.
- Cap.3. La pilota i l'art.
- Cap.4. Present i futur.

4. Historia.

➤ **VALENCIANS QUE FAN HISTÒRIA:** Serie documental producida en 1994, sobre la vida y el tiempo de personajes históricos valencianos de todos los tiempos.

- Cap.1. Ibn Al Abbar.
- Cap.2.Sant Vicent Ferrer.
- Cap.3.Jorge Juan Santacilia.
- Cap.4.Marqués de Campo.
- Cap.5. Ausiàs March.
- Cap. 6. Lluís de Santàngel.

- Cap.7. Antoni Josep Cavanilles.
- Cap.8. Francesc Tàrraga.
- Cap.9. Carles Arniches.
- Cap.10. Joaquim Sorolla.
- Cap. 11. Maria Conesa.
- Cap.12. Joaquim Rodrigo.
- Cap.13. Josep Renal

➤ **MONUMENTS, HISTÒRIES VIVES:** Serie documental formada por 13 capítulos producidos en el años 2002, donde se ofrece una visión de la historia mediante sus monumentos. Así podemos encontrar capítulos dedicados a la época gótica, los tiempos de los Borgia, la Reconquista, etc.

- Cap.1. València, urbs mercantil.
- Cap.2. València, la seu de la ciutat.
- Cap.3. València, panteó reial.
- Cap.4. València civil.
- Cap.5. València, metròpolia gòtica.
- Cap.6. Sant Mateu, ciutat mercat.
- Cap.7. Gandia, ciutat ducal.
- Cap.8. Peñíscola, la roca santa.
- Cap.9. Conçentaina, moros i cristians.
- Cap. 10. Oriola, entre dos universos.
- Cap.11. Morella, la ciutat.
- Cap. 12. La Xàtiva dels Borja.
- Cap. 13. Villena, ciutat de frontera

➤ **ELS CASTELLS EN EL TEMPS:** Serie documental de 13 capítulos producida en 1999. Es un recorrido histórico por la Comunitat Valenciana mediante sus castillos.

- Cap.1. Els castells en el temps.
- Cap.2. Sagunt, la ciutat de la discòrdia.
- Cap.3. Al·là és gran!.
- Cap.4. Dénia, la talaia del dia.
- Cap.5. D'Àfrica vindran.
- Cap.6. En Jaume per València.
- Cap.7. Lleons en la guerra, corders en el claustre.
- Cap.8. La dansa de la mort.

- Cap.9.Cinturons de pedra.
- Cap.10. Això es diu que era.
- Cap.11. Sentinelles del mar.
- Cap.12. Ferro i foc.
- Cap.13. Viatgers i forteses.

➤ **DARRERE L'OMBRA DELS BORJA:** Serie documental que consta de 4 capítulos y producida al año 2002. Biografía sobre la familia Borgia en Italia y en su tiempo.

- Cap.1: Alfons de Borja, l'home necessari (47'53')
- Cap.2: Alexander VI, el poder d'un papa (48'58')
- Cap.3: Els fills del papa (47'30')

➤ **DOCUMENTALS:** Serie formada por 5 capítulos y producida en 2006. Cada capítulo tiene una duración aproximada de 35 minutos. La temática es variada.

- Cap.1. Cròniques del rei Jaume.
- Cap.2. Joan Lluís Vives, l'uropeu.
- Cap.1. Els camins de Cavanilles.
- Cap.2. Sorolla, el pintor de la llum.
- Cap.3. Constantí Llombart i el seu temps

5. Medio ambiente.

➤ **ELS DOMINIS DE LA MAR:** Serie documental formada por 13 capítulos producidos en el año 1998. Trata sobre los ecosistemas submarinos.

- Cap.1. La nostra Mediterrànea.
- Cap.2. La immensitat del blau.
- Cap.3. Les daurades arenes.
- Cap.4. Parets vertiginoses.
- Cap.5. Fons empedrats.
- Cap.6. Praderies davall la mar.
- Cap.7. Un món de contrastos.
- Cap.8. Refugis d'una intensa vida.
- Cap.9. Un laberint d'ecosistemes.
- Cap. 10. L'oculta riquesa del desert.

- Cap. 11. Un món de foscor.
- Cap. 12. Les empremtes de la memòria.
- Cap. 13. La misteriosa nit submarina.

➤ **LES ARTÈRIES DE LA TERRA:** Serie documental formada por 13 capítulos producidos en 1994, sobre los ríos de la Comunitat Valenciana desde un punto de vista a caballo entre la geografía y el medio ambiente.

- Cap.1. La xarxa fluvial.
- Cap.2. L'home i els rius.
- Cap.3. Rius de vida, 1ª part.
- Cap.4. Rius de vida, 2ª part. DVD 2.
- Cap.5. La vida a les riberes, 1ª part.
- Cap.6. La vida a les riberes, 2ª part.
- Cap.7. El riu Millars.
- Cap.8. El riu Segura. DVD 3.
- Cap.9. El riu Blanc, 1ª part.
- Cap.10. El riu Blanc, 2ª part.
- Cap.11. El gran riu, 1ª part.
- Cap.12. El gran riu, 2ª part.
- Cap.13. Els rius casolans

6. Música.

➤ **COM SÓN I COM SONEN:** Serie documental formada por 13 capítulos producidos en el año 2004. Cada uno de los capítulos trata profundamente todo aquello referido a un instrumento Musical. Además se hacen entrevistas a intérpretes y aprendices.

- Cap. 1. Arpa.
- Cap.2. Saxòfon.
- Cap.3. Violí i viola.
- Cap.4. Piano.
- Cap.5. Trompa.
- Cap.6. Guitarra.
- Cap.7. Veu humana.
- Cap.8. Violoncel i contabaix.
- Cap. 9. Oboe, fagot i corno anglés.

- Cap.10. Flauta i clarinet.
- Cap.11. Percussió.
- Cap.12. Trompeta i trombó.
- Cap.13. Orgue

7. Sociedad.

➤ **ACCENTS:** Serie documental formada por 10 capítulos producidos en el 2003. Cada capítulo trata profundamente los problemas, inquietudes, vida cotidiana de determinados grupos de inmigrantes residentes a la Comunitat Valenciana y provenientes de los más diversos lugares del mundo.

- Cap.1. Pa' mi gente.
- Cap.2. Em dic.
- Cap.3. L'equilibre dels contraris.
- Cap.4. El país dels somriures.
- Cap.5. La guerra dibuixada.
- Cap.6. Sarava.
- Cap.7. Alacant: Acull-me.
- Cap.8. Territori de pau.
- Cap. 9. La novetat permanent.
- Cap.10. El temple de la meitat del món.
- Cap.11. Els antics pobladors

➤ **EL NOU EUROPEU:** Serie documental formada por 13 capítulos producidos en el año 2002. Analiza diversos temas de interés para los ciudadanos europeos del tercer milenio, como pueden ser la alimentación, los residuos, la solidaridad, el progreso, etc.

- Cap.1. L'alimentació : rutina de la supervivència.
- Cap.2. La societat de la formació.
- Cap.3.El coneixement de l'home. El genoma.
- Cap.4. Font de progrés.
- Cap.5.Residus : materials de profit.
- Cap.6.L'era de l'entreteniment.
- Cap.7.El periscopi del nou europeu.

- Cap.8.L'Europa dels majors : salut, diners i amor.
- Cap.9. Joves sense fronteres.
- Cap.10.L'Europa de la mobilitat.
- Cap.11.Les empremtes del primer europeu.
- Cap.12.Capacitat per a la superació i per a la solidaritat.
- Cap.13.Cap a un nou europeu.

8. Urbanismo y habitaje.

➤ **LA FINESTRA INDISCRETA:** Serie documental formada por 26 capítulos producidos en el año 2002. Cada programa muestra un edificio emblemático de la Comunitat Valenciana, su arquitectura, su historia y como viven en ella hoy día.

- Cap.1.La plaça Redona.
- Cap.2.La Finca Roja.
- Cap.3.La Manzanera.
- Cap.4.La Casa jueva.
- Cap.5.La Finca de ferro.
- Cap.6.La Cooperativa de Sant Cristófol.
- Cap.7.Casa Albacar.
- Cap.8.Complex Vistahermosa.
- Cap.9.Vil.les de Benicàssim.
- Cap.10. La casa Ferrer.
- Cap.11. La casa Carbonell.
- Cap.12. Santa Maria Micaela.
- Cap.13. Hotel Voramar.
- Cap.14. Edifici Tecles.
- Cap.15. Edifici Borja.
- Cap.16. Edifici Campos.
- Cap.17. Casa del Dracs.
- Cap.18. Conjunt residencial La Sang.
- Cap.19. Edifici Prades.-- DVD 7.
- Cap.20. Edifici Albereda.
- Cap.21. Edifici Ciutat de Roma.

- Cap.22. Edifici Chapa.
- Cap.23. La Caleta d'Orpesa.
- Cap.24. Maisonnave.
- Cap.25. Edifici d'Arts Gràfiques.
- Cap.26. Torre Neptuno.

9. Viajes y otras culturas.

➤ **PLANETA BICICLETA:** Serie documental formada por 13 capítulos. Producida en el año 2002, ofrece rutas turísticas en bicicleta por la Comunitat Valenciana, y analiza la dificultad deportiva de los tramos propuestos, además de hacer una semejanza de los pueblos y parajes que recorre.

- Cap.1. El Benicadell i l'estret de l' Infern.
- Cap.2. La Serra d'Espadà.
- Cap.3. València i la Devesa del Saler.
- Cap.4. El Desert de les Palmes.
- Cap.5. Assagadors i camins de La Serrania.
- Cap.6. Requena i el fresnal de Buñol.
- Cap.7. Calderona, el camí de Tristany.
- Cap.8. Penyagolosa.
- Cap.9. La vall del riu Cabriol.
- Cap.10. El barranc de l'Arc i la vall de Guadalest.
- Cap.11. La via verda de Ojos Negros.
- Cap.12. La Serra Mariola.
- Cap.13. La Serra d'Irta.

➤ **EXPLORADORS SEGLE XXI:** Serie documental formada por 6 capítulos producidos en el año 2001. Visión de países lejanos a través de los ojos de los valencianos que desarrollan su tarea profesional allí.

- Cap. 1. L'Amazones : el rei de les aigües.
- Cap 2. L'Uruguai : el país de les aus pintades.
- Cap. 3. L'antàrtida : més enllà de la fi del Món.
- Cap. 4. Península Valdes : santuari dels gegants de la mar.
- Cap. 5. Los Roques, la selva marina.
- Cap. 6. Amèrica Central, la selva de les sirenes.

En el gràfico 43, se puede apreciar el número de capítulos junto al año de producción que RTVV ha cedido a la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte para el uso de producciones televisivas como elementos de apoyo educativo en la enseñanza secundaria. Se evidencia que las producciones cedidas son principalmente las realizadas entre los años 1998 y 2006. Desde 1989 cuando se inician las emisiones con regularidad en TVV hasta 1998 únicamente se han cedido 26 capítulos (13 capítulos de temática medioambiental y otros 13 de personajes famosos), mientras que desde 1998 hasta el 2006 se han cedido 225 capítulos. En definitiva se detecta un año de inicio 1998, a partir del cual todas las producciones propias sobre patrimonio cultural son cedidas al CEFIRE de la Conselleria.

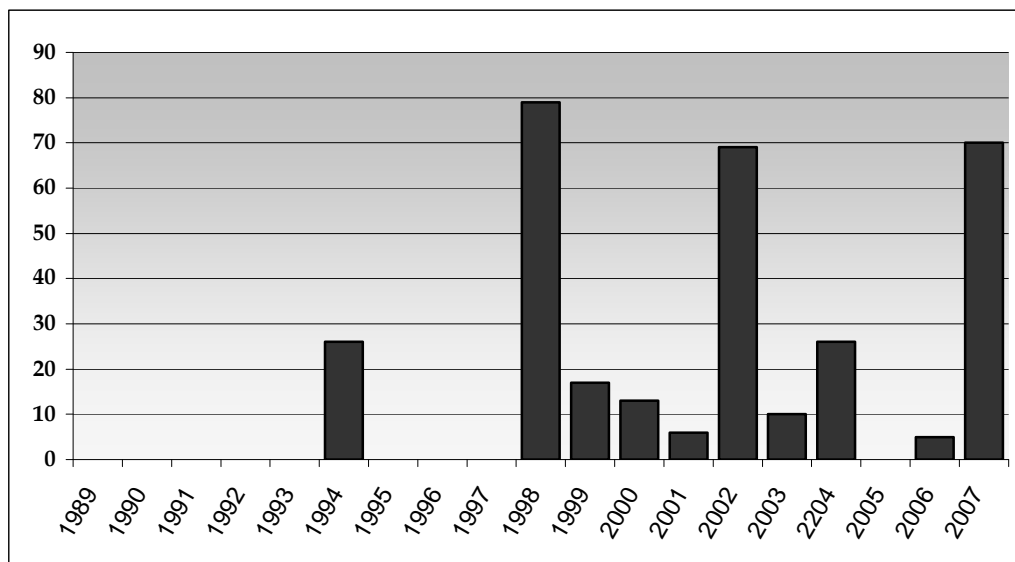


Gráfico 43. (Nº Capítulos/ años de producción), (elaboración propia)

En las cesiones que RTVV hace a la Conselleria no se descubre ninguna de las producciones que la televisión autonómica realizó antes de 1994. En el departamento de documentación²⁹⁶ del ente se archivan desde 1989 hasta la actualidad programas culturales de toda índole, sobre patrimonio arquitectónico, Musical, etnológico, etc. Como dato significativo es necesario indicar que desde 1995 gobierna el Partido Popular en la Comunitat Valenciana, año que se produce el vuelco electoral en perjuicio del Partido Socialista. Las decisiones empresariales y de comunicación por lo tanto dependen del Consejo de Administración presidido por el partido en gobierno.

En otro orden de cosas, recientemente, en la primavera del 2007, el fondo audiovisual cedido por RTVV se ha enriquecido con la incorporación de 70 horas más de nuevas series documentales que incluyen otros campos del saber, como son:

- Els dominis de la mar

**- Preguntes al Server
mil.lenni**

- Les artèries de la terra

- La Finestra indiscreta

- Monuments històries vives

- Accents

²⁹⁶ “Podemos asegurar que el archivo de RTVV conserva el patrimonio audiovisual de la Comunitat Valenciana y es imprescindible en la producción de programas. Disponemos de documentos electrónicos desde 1989. (...) Corresponde a esta Unidad las competencias relativas a la conservación, registro, tratamiento documental, organización y explotación de los fondos documentales adquiridos y generados por RTVV y sus sociedades, actividades que se ajustan a principios de carácter patrimonial recogidos en la Ley de Patrimonio Cultural Valenciano. El archivo audiovisual de RTVV tiene un gran valor patrimonial, retrospectivo e histórico”. Lola Alfonso, jefa de la Unidad de Documentación de RTVV. En “*La Revista RTVV*” Nº 15, abril de 2002 Pág. 3.

- Els camins de Cavanilles

- Sorolla, el pintor de la llum

- Luís Vives, l'europèu

- Crònica del Rei Jaume

**- Constante Llombart,
l'escriptor de l'any**

Por otra parte, el Grupo RTVV y el Instituto de Arte Moderno (IVAM), firmaron el 20 de abril 2005 (Anexo 12) un convenio de colaboración en virtud del cual Televisión Valenciana y Radio Autonomía Valenciana se encargarán de difundir y promocionar, a través de sus canales y emisoras, el arte moderno y contemporáneo. Por su parte, el IVAM facilitará en todo lo posible, la labor informativa de RTVV y pondrá a su disposición expertos en las diversas disciplinas artísticas. Según nota de prensa propia de RTVV, “el citado convenio, tiene como objetivo fomentar el interés e incrementar el bagaje cultural de los habitantes de la Comunidad Valenciana y muestra la apuesta del Grupo RTVV por la difusión cultural, representada en esta ocasión por las artes plásticas consolidando el papel fundamental del ente público en la difusión de servicios educativos y formativos, así como del patrimonio cultural de la Comunidad Valenciana, a través de programas de alta calidad en la materia”.

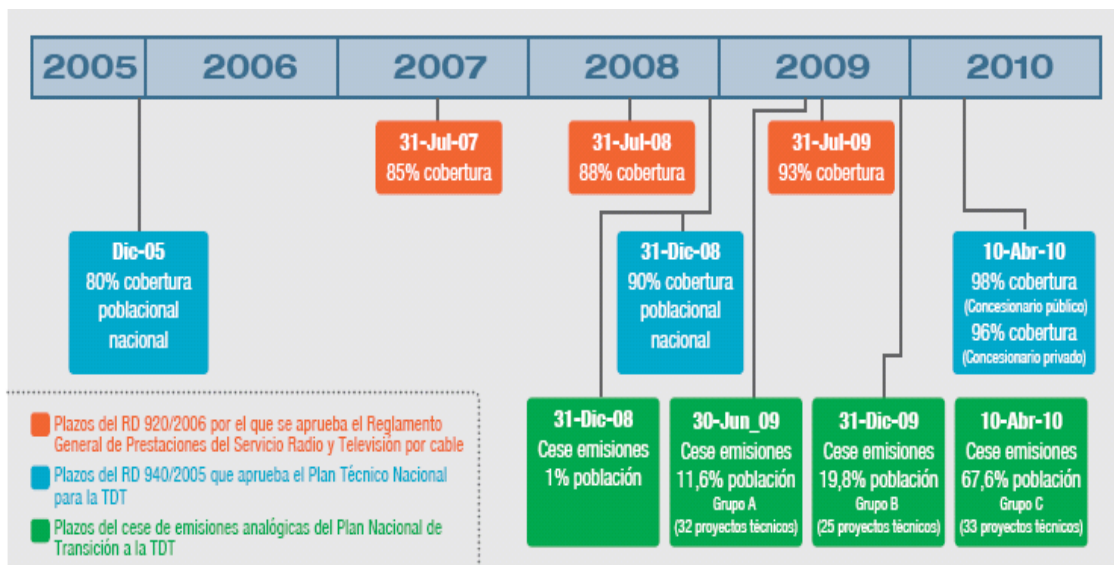
3.7. Aplicaciones de las TIC/TCU en la difusión audiovisual del patrimonio histórico-artístico.

Es necesario para esta investigación indicar que la legislación vigente en la Comunitat Valenciana sobre el futuro de las nuevas tecnologías aplicadas a la difusión audiovisual de la cultura, Ley 1/2006 de 19 de abril, del sector audiovisual, señala en su preámbulo;

“Los medios de comunicación audiovisual, así como sus servicios adicionales, constituyen pilares fundamentales para el desarrollo de la sociedad actual ya que contribuyen a reforzar la cohesión económica y social del territorio, y permiten la aparición de nuevas formas de actividad productiva y la creación de empleos. Desde el momento en que la utilización de las nuevas tecnologías es de trascendental importancia tanto en el ámbito económico y social, como en el cultural y de ocio, se hace necesario articular los mecanismos para que los ciudadanos puedan tener acceso a un sector audiovisual que favorezca el aumento y la mejora de sus capacidades y posibilidades de información y comunicación. (...) Asimismo se acomete una regulación en profundidad de la organización administrativa valenciana en materia audiovisual y se procede a una ordenación del nuevo sector de la televisión digital en la Comunitat Autònoma. En este contexto alcanza un significado muy especial la regulación de la Televisión Digital Terrenal de ámbito autonómico y la forma de organizar la gestión de los canales múltiples que habrán de concederse en fechas próximas. Igualmente, la Televisión Digital Local, donde se regula un modelo organizativo de gran complejidad y se pone fin a una larga etapa de desorden jurídico, inseguridad de los operadores y falta de calidad del servicio”.

El 3 de abril de 2010, es la fecha establecida para el cese definitivo de las emisiones analógicas, fruto del compromiso del actual Gobierno español de hacer realidad el tránsito de la TV analógica terrestre a la TV digital en línea con las iniciativas de la Unión Europea de aceleración de la transición de la radiodifusión analógica a la digital. Esta apuesta

gubernamental por la TDT, plasmada en la creación de organismos de promoción de la TDT y medidas de apoyo no garantiza, sin embargo, un resultado cierto, ya que la actuación integral de los agentes implicados en la cadena de valor de la TDT –operadores de red, radiodifusores, instaladores, fabricantes de receptores y los propios usuarios de TDT–, es fundamental.



En España las emisiones, en TDT, iniciadas a finales de 2005 se han venido consolidando y al día de hoy, según los datos aportados por diversos especialistas, casi 9 millones de personas ven la televisión a través de ese nuevo cauce tecnológico. En el último informe de penetración de la TDT del *plan impulsa* (formado por los operadores públicos y estatales de TV más el principal operador de la red de difusión (Abertis), y en colaboración permanente con la administración) indica que la TDT obtiene un 5,7 % de share en marzo. Un 80,45% de antenización cubierta, 4,1 millones de sintonizadores vendidos al mes de marzo, 17,6% de hogares disponen de acceso a la TDT. La interactividad es un valor añadido a la programación convencional, abre la puerta a la participación en los contenidos audiovisuales y además sitúa al viejo aparato de televisión en el centro de la revolución digital. Puesto que Internet estará presente en la TDT en un futuro próximo. La interactividad rompe la

tradicional comunicación vertical y unidireccional de la televisión convencional y la obliga a reinventarse de nuevo para adaptarse a los nuevos tiempos. Al respecto, Pilar del Cal analista asociada a Enter afirma que “de cara a dar un impulso a la TDT antes del 2010, es vital promover la demanda por parte de los usuarios de aplicaciones y servicios interactivos que faciliten el acceso a los servicios de e-Administración (tan extendidos en Italia, por ejemplo) y a la Sociedad de la Información, basados en el MHP. Lo que parece evidente es que si los contenidos audiovisuales, así como la demanda y uso de aplicaciones y servicios interactivos, no incentivan la penetración de la TDT entre los usuarios se podría plantear un aplazamiento del apagado analógico en línea con otros países europeos²⁹⁷ o la prolongación de un período transitorio en el que convivieran ambas tecnologías en *simulcast* antes de dar el salto tecnológico definitivo”²⁹⁸.

En relación con los contenidos, la televisión digital supone multiplicar por cuatro la capacidad que tiene cada operador. El gran desafío, en un escenario dominado por las soluciones gratuitas, es superar, mediante la producción de contenidos, la más que probable solución del empaquetado de lo que son los valores dominantes de la actual televisión generalista y en abierto, con lo que, más que enriquecer la oferta de contenidos, se estaría cambiando las modalidades de su emisión.

Un grave problema que sufre la penetración de la TDT en España es la desincentivación sufrida por los usuarios por la falta de contenidos diferenciados y de interactividad que existen en la actualidad, lo que se refleja con claridad en los indicadores de penetración (hogares conectados a la TDT, 19,4% según cifras de mayo 2007) y audiencia (cuota de pantalla: 8,1%, según cifras de septiembre 2007). Los radiodifusores han puesto de manifiesto en el

²⁹⁷ Aunque ya hay tres países europeos que han realizado el apagón analógico, Finlandia, Holanda y Andorra, se están produciendo anuncios de otros países europeos retrasando el apagado analógico. Es el caso de Italia, que ha aplazado cuatro años (desde diciembre 2008 hasta diciembre 2012) el apagón analógico de sus emisiones, al considerar que el plazo no era realista. La mayor parte de los países europeos (incluido el Reino Unido), a excepción de España y Francia, que esperan realizar el apagado analógico entre el 2010 y el 2011, han fijado el 2015 como fecha límite para la transición a la TDT.

²⁹⁸ Pilar de la Cal. *El 3 de abril de 2007, ¿habrá apagón analógico?*. En Notaenter 71. Del 6 de noviembre de 2007. http://www.enter.ie.edu/enter/file/espanol/texto/Nota_71.pdf (Consultado el 9 de diciembre de 2007)

pasado en el seno de UTECA²⁹⁹ los costes que acarrea el lanzamiento de la TDT para las televisiones privadas, cifrados en 120 millones de euros para el conjunto, debiendo destinar la mitad de ellos a la inversión para dotar de contenidos a los nuevos canales. Parece que la introducción de la televisión digital de pago en un futuro no lejano en nuestro país, una vez demostrada su viabilidad técnica y aprobada su regulación por el Gobierno, puede ayudar a los radiodifusores a rentabilizar sus contenidos audiovisuales³⁰⁰.

Pero esa falta de previsión y de ausencia frente a los contenidos prometidos y que la audiencia echa a faltar, no debe desequilibrar un proyecto que puede ser muy rentable en términos sociales y culturales. Bajo ese prisma de optimismo, Laura Caballero (2007: 274-275), opina que “aunque es innegable que la TDT comportará una transformación desde el punto de vista técnico, la cuestión es saber cuál será el impacto desde la perspectiva social. En este sentido, la falta de definición de modelo no tiene por qué ser negativa. Todo lo contrario. Es precisamente esa ausencia de modelo la que abre una puerta a la esperanza en el cambio de paradigma televisivo necesario. La TDT representa una oportunidad única”.

Es indudable la realidad de que Internet y la telefonía móvil han comenzado a competir con la televisión generalista utilizando los mismos recursos publicitarios y de estimulación audiovisual, en la búsqueda de nuevos usuarios. El primer género que saltó de la gran pantalla a la pantalla del ordenador, abierta al universo Internet, fue la ficción. Poco después esta realidad narrativa se implementó a la miniventana del teléfono celular personal. Tras esta posibilidad tecnológica se sumaron las películas, y los *realitys*, además de los conciertos musicales. Ahora llega el turno de los grandes eventos deportivos. La operadora Orange ha dado un salto en esta dirección al transmitir por teléfono móvil el tercer partido de la final de la Liga ACB, que enfrentaba al Real Madrid y al Barcelona. Según afirma José Antonio

²⁹⁹ Encuentro Anual de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) de 2006.

³⁰⁰ Durante el Foro Internacional de Contenidos Digitales, el Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Francisco Ros, ha abierto la puerta a la emisión de la TDT de pago al reconocer que el Gobierno no descarta autorizar en un futuro emisiones de televisión digital de pago. Fuente: *elmundo.es*. 13/10/2007.

Guzmán³⁰¹, “esta es una muestra de hacia dónde va la telefonía móvil. Creemos en la televisión convergente, que utiliza distintas redes para difundir un mismo producto”.

Sobre la importancia que las TIC tiene para el desarrollo social y cultura, Enrique Bustamente afirma que más allá de la presunta abundancia de canales, la llegada de las tecnologías digitales y de las infraestructuras basadas en ellas ha puesto a la comunicación y a la información en el centro del sistema y a su regulación y modelo como axial para el destino de la sociedad entera. El propio consenso social sobre la importancia nodal de las nuevas tecnologías de la comunicación revela que la formación y la información, la cultura en una palabra, están en la base no ya sólo del pluralismo sino de todo desarrollo económico y social posible para los individuos, las regiones y los pueblos. O, dicho de otra manera, que el derecho activo a la cultura y a la comunicación sigue siendo una base esencial para el mantenimiento de la democracia, pero además se ha convertido en precondition esencial para todas las restantes finalidades del antiguo Estado de Bienestar, para el desarrollo de la Sociedad de la Información para todos³⁰². La riqueza del Patrimonio audiovisual del histórico-artístico valenciano avala la necesidad de emprender el desarrollo de unas metodologías estandarizadas que posibiliten, de forma sencilla, la creación de contenidos multimedia avanzados con el fin de preservar un legado de gran trascendencia que no debe caer en el olvido. Al respecto Carmen Caffarel aseguraba que “estamos inmersos en la sociedad del conocimiento. En una sociedad en la que el capital humano se ha convertido en la principal riqueza. Y en la que la información es no sólo un valor creciente sino una necesidad imprescindible para el desarrollo social de los pueblos. La economía, la cultura, la política, los servicios sociales, la realidad educativa, la sanidad, el ocio, ya no son concebibles al margen del permanente fluir de la información”³⁰³.

³⁰¹ Véase, “*El deporte salta a la minipantalla*”, Rosario G.Gómez. En el diario *El País*, sábado 23 de junio de 2007. Pág. 85.

³⁰² En *Revista Contrastes*. “*Los contrastes de la crítica de arte*”. Nº 43. Enero 2006. Pág. 50.

³⁰³ Carmen Caffarel Serra, en “*Algunas reflexiones en torno a la Televisión Digital Terrestre*”. *Colombia*, 3 de mayo 2007.

http://www.soluzion.es/htdocs/eventos_sz/Cartagena/algunas_reflexiones_en_torno_tdt_caffarel.pdf (Consultado el 20 de septiembre de 2007).

Por ello creemos necesario en el marco de esta investigación sobre “*Desarrollo de contenidos digitales en la difusión audiovisual del patrimonio artístico valenciano*”, incluir a modo de síntesis las posibilidades y sobre todo la importancia que tendrá en el futuro próximo las nuevas tecnologías en la difusión audiovisual de la cultura valenciana, donde la protección de la propiedad intelectual, la conservación de los documentos digitalizados y la protección de lenguas minoritarias son algunos de los aspectos sobre los que se debe trabajar para mejorar el efecto de las TIC (tecnologías de la información y comunicaciones) sobre el acceso, difusión y preservación del patrimonio cultural. Según la Fundación Telefónica, “la investigación científica y tecnológica relacionada con el patrimonio cultural es fundamental para mejorar su conocimiento y su conservación. Ahora con las TIC el patrimonio cultural está más cerca de todos los que quieren estudiarlo o simplemente conocerlo”³⁰⁴. Como ejemplo del empleo de las TIC en la difusión y conocimiento del patrimonio cultural podemos citar *-Patrimonio.es-*. En España, el programa *Patrimonio.es*, promovido por el Ministerio de Industria Turismo y Comercio y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, pretende dar a conocer el Patrimonio artístico, cultural, natural y científico español, mediante la digitalización de contenidos. Desde su web se puede acceder a bibliotecas, filмотecas, museos, revistas Digitales. El programa persigue varios objetivos:

- Facilitar el acceso de los ciudadanos al patrimonio cultural y natural español: mediante la digitalización de los fondos de instituciones culturales públicas y privadas españolas.
- Contribuir a difundir el patrimonio español
- Promover el uso didáctico del patrimonio por parte de la comunidad Educativa.
- Fomentar el turismo cultural, apoyándose en la difusión de la riqueza cultural y natural de España por Internet, en particular

³⁰⁴ Fundación Telefónica. “*Nuevas herramientas para el patrimonio cultural: ventajas e inconvenientes*”. En Telecomunicaciones y desarrollo sostenible. Abril del 2006. <http://www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa/pdfs/patrimonioventajas.pdf> (Consultado el 2 de diciembre de 2007)

de lugares y tradiciones poco conocidos, pero de gran valor cultural.

- Potenciar la presencia del español en Internet mediante la elaboración de contenidos de calidad.

Otro ejemplo fuera de España nos sitúa en China, donde desde 2005 la Sociedad de Investigación Cultural de China ha comenzado a trabajar para recuperar la memoria histórica de este país a través de Internet, para reparar parte de los daños debidos a la destrucción de documentos que tuvo lugar durante la Revolución Cultural. Este proyecto³⁰⁵ tiene por objetivo construir una base de datos con documentos históricos desde el año 7000 AC hasta 1911, desde el neolítico chino hasta las dinastías imperiales, con la ayuda de los internautas del país, que podrán incorporar o modificar archivos, que serán revisados posteriormente por un experto. Como conclusión a esta corta aportación de las TIC a la difusión del patrimonio cultural, es posible afirmar que a pesar de que muchas personas –sobre todo de los países desarrollados– ya no pueden entender su vida diaria sin Internet ni sin las TIC, aún estamos en los comienzos de su uso y muchas de sus posibilidades en cuanto a difusión y preservación del patrimonio cultural de la humanidad están infradesarrolladas. Poco a poco se están incrementando los procesos de digitalización para la conservación y difusión de la cultura, mejoran las tecnologías de conservación digital y aumentan los fondos digitalizados. La cultura se hace así más universal, no sólo en cuanto a su accesibilidad para el hombre actual de cualquier lugar del planeta, sino también en cuanto a que se preserva para el hombre del futuro, “como en toda innovación, las dificultades y vacilaciones son muchas, pero también lo son sus ventajas y aportaciones, muy evidentes en el caso de las TIC”³⁰⁶.

³⁰⁵ China recurre a Internet para reconstruir 7.000 años de historia. abc.es EFE Pekín Junio 2005

³⁰⁶ Rafael Fernández de Alarcón (Telefónica) y Marta Molina y Elena Tirado (Telefónica I+D). Fundación Telefónica. “Nuevas herramientas para el patrimonio cultural: ventajas e inconvenientes”. En Telecomunicaciones y desarrollo sostenible. Abril del 2006. <http://www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa/pdfs/patrimonioventajas.pdf>, (Consultado el 2 de diciembre de 2007). Pág. 7.

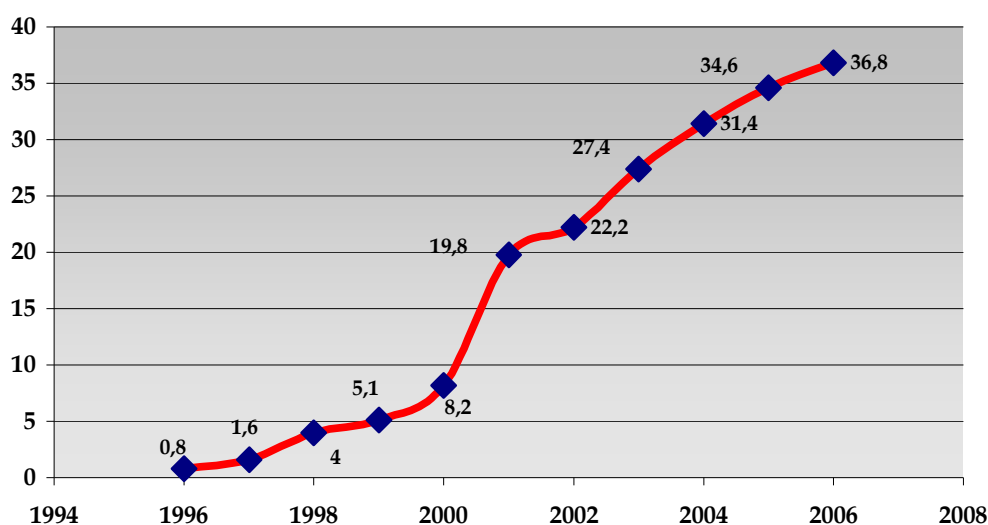
3.8. Convergencia tecnológica y multiplataformas en la difusión audiovisual del patrimonio cultural valenciano

Es indudable que un nuevo panorama mediático audiovisual esta apareciendo de forma inexorable. Posiblemente este momento de transición tenga cierta similitud con el que sufrió el mundo de la música con la aparición del formato MP3. Uno de los creadores de Internet Vint Cerf afirma que ""va a seguir necesitándose la televisión para ciertas cosas, como las noticias, los acontecimientos deportivos y las emergencias, pero cada vez más va a ser casi como con el iPod, en el que puede descargarse el contenido para verlo más tarde. El 85% de todo el material de video que vemos está grabado con anterioridad, por lo que uno puede preparar el propio sistema para hacer las oportunas descargas a voluntad. Estoy sorprendido por cómo la gente no ve que, en cinco años, se reirá de la televisión que tenemos ahora"³⁰⁷.

Lo mismo se dijo en su momento con la aparición de la televisión, existiendo quienes auguraban el fin del cine y la radio. Eso no sucedió. Pero podemos afirmar que la distribución de contenidos en la red de Internet está cambiando definitivamente la manera de disfrutar los contenidos audiovisuales. En capítulos anteriores se ha hablado de la profecía de A.Moles en cuanto a la fragmentación de la audiencia (ver capítulo 3.1.2. "La cultura mediática. Una indiscutible Paideía"), y es ahora, debido al aumento descontrolado de canales temáticos, las taquillas de las plataformas de satélite, Internet, el cable, y como no la TDT que asoma, se ha producido definitivamente la desintegración de la audiencia, y la difusión del patrimonio cultural no es ajena a esta revolución mediática. Internet se ha convertido en el nuevo paradigma de la comunicación controlando desde la difusión, los contenidos y hasta los modos de entender las relaciones humanas. Los usuarios de Internet crecen a una velocidad exponencial, abandonando fuentes primarias de información como la televisión.

307

<http://www.elcomercio.com.pe/edicionimpresa/Html/2007-08-28/imecvidayfuturo0776264.html>.
El 4 de septiembre de 2007. (Consultado el 1 de noviembre de 2007)



Uso de Internet. (Datos AIMC e INE. -% individuos/ año-), (elaboración propia)

El 82 % de los jóvenes españoles entre 16 y 24 años acceden más fácilmente y con mayor frecuencia a Internet que a la televisión tradicional. Estos jóvenes entran en Internet entre cinco y siete días a la semana, mientras que sólo el 77% ven a la televisión regularmente (cae un 5% desde 2006). El 48% de los jóvenes admite que ven menos televisión porque dedica este tiempo a la Red. Estos datos de la Asociación Europea de Publicidad Interactiva³⁰⁸ no son los únicos. Un estudio publicado en el informe de 2007 de Uteca³⁰⁹ (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas) muestra que en 2000 los jóvenes de 13 a 24 años dedicaban 153 minutos diarios a la televisión, y en 2006, 144 minutos. Los más pequeños, de 4 a 14 años, también rebajaban su dedicación televisiva: de 154 minutos a 141. Y una parte de la actividad de los internautas en la Red consiste, precisamente en ver televisión. Según García Matilla “será el fin del monocultivo y se crearán series para la televisión en abierto, con versiones para móviles, DVD, videojuegos y descargas en Internet”³¹⁰

³⁰⁸ En <http://www.faq-mac.com/noticias/node/12946>. (Consultado el 9 de diciembre de 2007)

³⁰⁹ En <http://www.uteca.com>. (Consultado el 1 de diciembre de 2007)

³¹⁰ Eduardo García Matilla. En “*El trimestre más competido*”. En el País. 13 de agosto de 2007. Pág. 61.

Por ello, tal vez el consumidor de televisión por Internet puede tener más afinidad con una serie o un modelo de comunicación, pero no con la cadena emisora. Al respecto, Tomás Delclós (El País. *Ciberpaís*, 6 de diciembre de 2007, Pág. 3) afirma que “el televidente de aleja del corsé horario de la parrilla. Según Felipe Romero, socio director de The Cocktail Análisis, consultora que está trabajando en una encuesta sobre el consumo de televisión en Internet, el espectador en general, el televidente busca el contenido no la marca. Y eso en Internet, con los buscadores, todavía está más claro. Busca la serie que le interesa, no dónde la emiten”. Por ello las posibilidades del consumo publicitario varían se han modificado, sobre todo al poder acceder o no a ciertos contenidos saltándose la parrilla estructurada de forma lineal. Las personas más jóvenes están comenzando a emigrar a Internet, y eso en cifras de negocio futuro para una televisión cada vez más denostada puede ser trágico. Gran parte del tiempo dedicado a Internet se emplea en la búsqueda de productos televisivos, así como descargas mediante redes P2P³¹¹. Pero los audímetros que funcionan en canales audiovisuales tradicionales no son considerados en esta emigración creciente.

La todopoderosa compañía Americana Google no queda al margen de esta revolución, e intenta crear una línea de acción que pueda modificar definitivamente el negocio del mercado televisivo por Internet. Fuentes de Google indican que “mientras que las televisiones históricas de todo el mundo buscan cómo adaptarse a las nuevas posibilidades tecnológicas y las nuevas necesidades del público para distribuir contenidos, desde Google se está emprendiendo distintas acciones con las que se quiere revolucionar la forma de distribuir entretenimiento or Internet. Google no se

³¹¹ Una red informática entre iguales (en inglés *peer-to-peer* -que se traduciría de par a par- o de punto a punto, y más conocida como P2P) se refiere a una red que no tiene clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan simultáneamente como clientes y como servidores de los demás nodos de la red. Este modelo de red contrasta con el modelo cliente-servidor el cual se rige de una arquitectura monolítica donde no hay distribución de tareas entre sí, solo una simple comunicación entre un usuario y una terminal en donde el cliente y el servidor no pueden cambiar de roles.

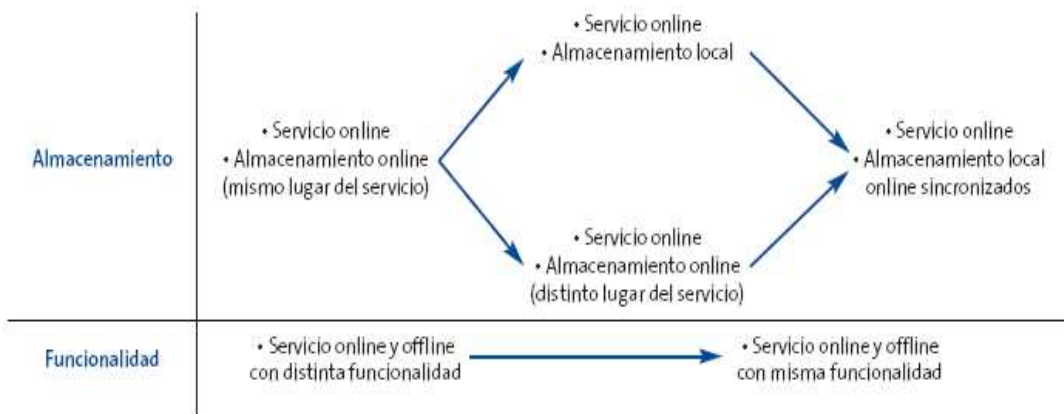
quedará en la distribución de contenidos, sino también busca producir y crear contenidos únicos que en un futuro conviertan sus canales de distribución en un referente. Se intenta arrasar en la emergente televisión por Internet, llena de posibilidades para una empresa con una fortaleza fuera de toda duda en el ciberespacio. . Se cambiará la televisión aún en mayor medida de cómo cambió iTunes la forma de distribuir música. Pero es difícil dilucidar si los planes de Google afectarán a los dispositivos portátiles, nuevos programas de software, visionado en navegador desde Internet, consolas de videojuegos o todo ello junto”³¹².

Según *Screen Digest*³¹³, la televisión on line en Europa en 2005 generó cuatro millones de euros, pero calcula unos ingresos de 649 millones para 2010. El 70% seguirá siendo de la publicidad. En Estados Unidos, según el sector publicitario, los ingresos en Internet de las cuatro grandes cadenas generalistas (ABC, Fox, CBS, y NBC) debido a la explotación de sus programas sumaron 120 millones de dólares (muy sensibles a los grandes beneficios se muestran los guionistas Americanos, al reclamar más beneficios derivados de esta práctica).

Las emisoras deben abrir sus canales a Internet y ofrecer la posibilidad de descargas al lector-usuario según su demanda. Están apareciendo televisores con acceso a Internet, un seguro inicio de la convergencia digital. La futura evolución de la información on-line quedará de la siguiente forma:

³¹² En “Google fija sus ojos en el mercado televisivo por Internet con un proyecto revolucionario”. Diario Las Provincias. 13 de noviembre de 2007.

³¹³ En <http://www.screendigest.com/> (Consultado el 2 de diciembre de 2007).



Los codiciados del *Prime Time* televisivo ya no es monopolio exclusivo de la televisión tradicional. La mayor franja vital de consumidores, aquellos que sobrepasan los 30 años, encuentran en otras pantallas las actividades que desean. Se produce un auténtico *zapping* entre las posibilidades multipantallas, aunque sin desaparecer totalmente la fuente primaria en la televisión. Según afirma Imma Tubella, “los jóvenes tienen una relación de propiedad con las nuevas tecnologías. Cuando preguntábamos cuáles tienen en su habitación, incluso el móvil. Buscan un acceso rápido, independiente y personalizado, y eso cambia los modos de empleo del tiempo cotidiano. Por otra parte, las descargas les permiten tener en su ordenador los programas que desean y verlos cuando quieran”³¹⁴.

Los expertos observan cómo los internautas más jóvenes y activos están sustituyendo la televisión por Internet, “el sociólogo Manuel Castell apuntaba recientemente en un foro organizado por la Academia de la Televisión, si los medios tradicionales no se alían con los interactivos (videos en Internet, Blogs, SMS,. You Tube, etc) lo van a pasar realmente mal. Castell advierte de que el 78% de los internautas más jóvenes y activos ven menos televisión a medida que consumen tiempo en la Red y abogaba por la coexistencia de los medios tradicionales y de lo que

³¹⁴ Tomás Delclós (El País. *Ciberpaís*, 6 de diciembre de 2007, Pág. 4).

denomina autocomunicación de masas”³¹⁵

En el mismo artículo, Felipe Romero indica que “la televisión en Internet sigue siendo todavía una televisión que se ve en el ordenador, lo que es un obstáculo para su crecimiento, porque la manera habitual y pasiva de contemplar la televisión es cómodamente desde el sofá. Pero los adolescentes cuando pierden la guerra del mando a distancia en el hogar, van a su ordenador a ver lo que desean y cuando ven la televisión en el ordenador lo compaginan con otras tareas. (...) Romero no descarta que las emisoras salven producciones que no dan el *share* ofreciéndolas en su canal Internet”.

³¹⁵ “El trimestre más competitivo. Formatos interactivos”. En El País. 13 de agosto de 2007. Pág. 61.

Por su parte, y considerada esta tesis futura, la evolución de la televisión puede ser la siguiente:

TENDENCIAS	HECHOS DESTACADOS	EJEMPLOS
<p>- Mayor número de creadores de contenidos</p>	<p>- Ofertas de contenidos más especializados “silvercast”.</p> <p>- Mayor difusión de contenidos locales.</p> <p>- Los usuarios se convierten en creadores de contenidos</p>	<p>- Sail.tv; vegatv.com</p> <p>- Akimbo</p>
<p>- El usuario se convierte en agregador de contenidos</p>	<p>- Agregadores mediante RSS</p>	<p>- iPod+tunes, democracy</p>
<p>- Aparecen los agregadores on-line</p>	<p>-Parrilla de programación on-line</p> <p>-Contenidos temáticos bajo demanda (On-Demand)</p> <p>-Buscador de contenidos</p>	<p>- Current tv</p> <p>- In2 tv</p> <p>- YouTube, Google video, Clic Tv,</p>
<p>- La televisión deja de ser exclusiva del televisor</p>	<p>- Del televisor al iPod y al móvil</p>	
<p>- La televisión en cualquier momento y lugar</p>	<p>- Timeshifting</p> <p>- Placeshifting</p>	<p>- Tivo, Windows Media Center</p> <p>- OrbNetworks, Slingbox</p>

La demanda de contenidos por Internet aumenta y también el número de espectadores que quieren decidir cómo, cuándo y dónde ven su programa televisivo. El director general de Desarrollo de Negocio Atlas, Chema Bautista afirma que “paradójicamente, la tecnología no sólo nos acerca más al público, sino que individualiza esa comunicación. Es como poder contarle a un amigo al oído algo que sólo a él le interesa”³¹⁶. El hábito de ver programas de televisión en Internet ya se extiende con fines ambiciosos. Es sólo cuestión de que Internet y la banda ancha vayan ampliando su popularización. Internet derriba fronteras, y también las de la televisión. Al mismo tiempo ha hecho aparición la TDT, pero podemos considerarla en cuanto a negoció audiovisual otro modo de actuar ya que está regulada por el gobierno. En el caso de Internet, esta regulación es inexistente.

Lo verdaderamente importante es la desaparición definitiva de las parrillas fijas de programación. El directivo de Media Contacts añade que “las televisiones convencionales primero tienen que creer que habrá un cambio relevante en los hábitos de consumo televisivo. La gente va a dejar de consumir televisión vinculada a una parrilla”³¹⁷. La audiencia de la televisión generalista puede bajar el 20% o el 30%, pero no más. Se verá con Internet lo mismo que pasó con el nacimiento de la televisión: las tecnologías se acumulan, compiten, pero no se destruyen entre sí, tal es la necesidad de comunicación del hombre. Dominique Wolton, director de investigaciones en el Centro Nacional de Investigaciones Científicas de Francia (CNRS), “tras la explosión de Internet, todo se calmará porque el día tiene 24 horas y las necesidades de comunicación del ser humano no se satisfacen plenamente. Vamos detrás de un sueño. La comunicación humana es difícil y es un error pensar que sólo la técnica ayudará a mejorarla. No es verdad. Creamos nuevas técnicas y nacen nuevas frustraciones sobre nuestras expectativas de comunicación. Mientras que

³¹⁶

http://www.elpais.com/articulo/red/Timiditas/pruebas/cadenas/generalistas/espanolas/elpeputec/20071206elpcibenr_2/Tes (Consultado el 6 de diciembre de 2007)

³¹⁷ <http://www.mediacontacts.com/es/global-network/> (Consultado el 8 de diciembre de 2007)

en la televisión el colectivo de espectadores, como en la prensa o en la radio, está atento a una misma oferta, en Internet domina la lógica de la demanda, el colectivo de internautas ve lo que quiere y cuando quiere. La televisión generalista, dice Wolton, es un instrumento de sociabilización. Consciente de que mantiene una postura teórica discutida, Wolton aclara que Internet es una herramienta espléndida, pero fomenta lo que llama "la soledad interactiva". Cuando se habla de convergencia, que en una misma pantalla se vea televisión e Internet, confundimos un hecho técnico con un hecho cultural, los contenidos siguen siendo distintos".

La evolución que las cadenas generalistas han sufrido para intentar adaptarse al nuevo paradigma mediático ha supuesto un gran esfuerzo presupuestario, pero sin duda merecida para garantizarse la supervivencia a corto plazo³¹⁸. En Televisión Española, según indica Rosalía Lloret, directora de medios interactivos "pretendemos desde la nueva división tirarnos a la piscina del mundo digital. Hay más y más gente que ve la televisión de otra manera. La programación ya no es lineal", afirma Lloret, quien considera que la demanda de contenidos por Internet ha experimentado un gran ascenso. TVE no quiere sólo volcar contenidos en la red. "Vamos a crear un medio en Internet con singularidades. Hay una forma propia de contar las cosas". RTVE también tiene un canal en Youtube: "Metemos contenidos, por ejemplo, de promoción. Nos pone en contacto con una audiencia enorme, además de ser una plataforma de experimentación y una herramienta de mercadotecnia". En la misma cadena pública nacional para impulsar esta nueva televisión, a compañía se volcará en los protocolos de las redes IP, Internet convencional y los dispositivos de movilidad (portátiles, teléfonos móviles, agendas

³¹⁸ Al respecto, en las grandes cadenas generalistas están comenzando a realizar estrategias y uniones empresariales. "Las cadenas británicas BBC, ITV y Channel 4 van a crear un servicio en Internet donde venderán conjuntamente sus contenidos televisivos. El portal, que se abrirá en 2008, incluirá descargas gratuitas, alquiler de telecomedias y venta de películas, tanto del Reino Unido como de Estados Unidos y otros países, aunque posiblemente los compradores sólo puedan residir en el primero. Los internautas podrán descargar los contenidos que actualmente ofrecen a través de sus propias plataformas en la Red: BBC iPlayer, ITV.com y Channel 40D. En total, las tres cadenas de televisión acumulan más de 10.000 horas de programación, que, cuando se estrene el servicio, se servirán a la carta". En (Consultado el 6 de diciembre de 2007).

http://www.elpais.com/articulo/red/BBC/ITV/Channel/unen/portal/ventas/elpeputeccib/20071206/elpcibenr_5/Tes/

electrónicas, IPED, etc) según propone el borrador del Mandato-marco elaborado por el Grupo Socialista, que en otoño del 2007 será debatido en el Congreso, y tendrá vigencia de nueve años. Su director Javier Pons añade que "la Corporación RTVE contribuirá al desarrollo de la sociedad de la información y participará en el progreso tecnológico en I+D+i, a través de la creación de una sociedad filial"³¹⁹. La nueva plataforma multimedia e interactiva se alimentará de programas de servicio público y comercial y sus contenidos estarán destinados a estimular la creatividad y la investigación. Además aportará contenidos de servicio público de vídeo y de audio que podrán ser reutilizados sin finalidad comercial.

Antena 3 fue la primera cadena no estadounidense con canal en Youtube. "Esperamos que sea un buen aliado. Primero lo veíamos con cierta inquietud porque estaba colocando vídeos de los que no teníamos control. Ahora, sin embargo, intentamos llegar a un acuerdo comercial en el que los dos seamos beneficiarios. Ellos tienen la capacidad de que los productos lleguen a todo el mundo", dice Paco Sierra, director de contenidos de A3 multimedia. "La audiencia entre la emisión de televisión y el seguimiento en Internet varía mucho en función del contenido", afirma. Entre otras iniciativas, A3 han creado un portal con material del propio usuario (www.tuclip.com) y otras iniciativas en las que el vídeo es el referente (www.tucanaltv.com). Además, disponen de varios canales 24 horas en operadoras de móvil.

Internet es un escaparate imprescindible para situar la marca, pero tiene que ir más allá. Así opina Florence Conti, directora de la *Web* de Cuatro. La cadena acaba de realizar una prueba piloto en Internet: ofrecer la serie *Gominolas* simultáneamente a su emisión y después *on demand* durante una semana. "Estamos estudiando cómo operar, pero no está claro el modelo de negocio", afirma Conti. Cuatro también dispone de canal en Youtube. Allí colgaron un vídeo antes de que se iniciara *Factor X*. Tuvo mucho éxito y los internautas enviaron versiones de la canción. Cuatro montó en su *web* un concurso de esos vídeos y el ganador acabó

³¹⁹ El País. "Las nuevas pantallas de RTVE" En El País. Domingo 12 de agosto de 2007. Pág. 60.

concurando en *Factor X*. Conti afirma que hay que estar en el mundo de Internet, pero añade: "También hay un público para la televisión, que no se descarga nada".

En cuanto a Telecinco, "la mayoría de las televisiones usa Internet para ser escaparate de sus contenidos y en muchos casos como promoción. telecinco.es trascenderá la convergencia para crear nuevos contenidos, servicios y comunidades", explica Chema Bautista, directivo de Atlas. Bautista opina que Youtube es un "distribuidor descontrolado de contenidos" que no respeta el primer derecho de la sociedad de la información: el de propiedad. "La red se ha convertido en un gran mar donde abundan los piratas de parche en el ojo: te abordan, te roban y exponen al mundo entero todo el botín. En este mar de corsarios Youtube es el gran pirata", asegura. Yotambiensoybea.com supuso el nacimiento de un personaje de ficción en Internet antes que en televisión. Cuando la serie se estrenó, ambos soportes se complementaron.

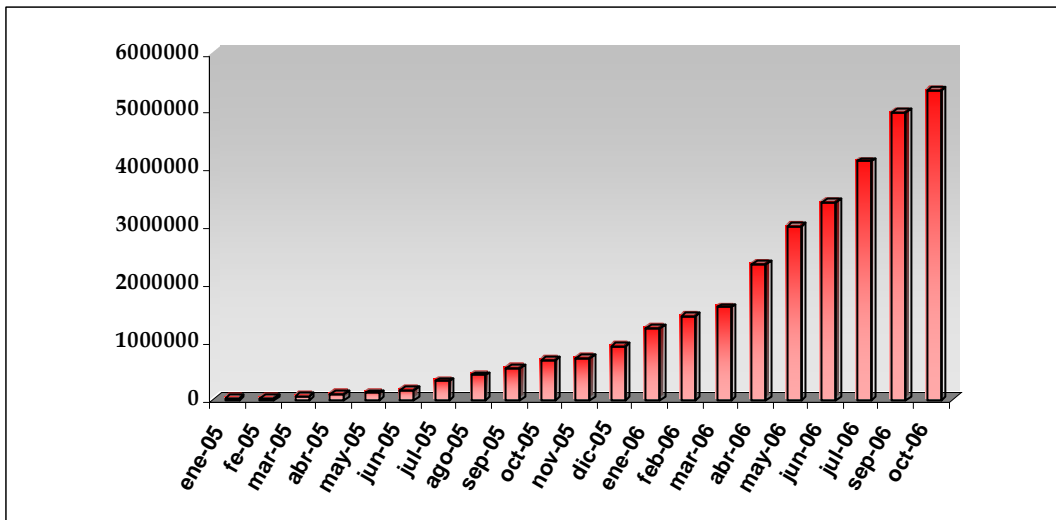
El nuevo proyecto de laSexta en Internet verá la luz en 2008. "El vídeo es una aplicación decisiva en Internet y somos fuertes en eso", declara Alfredo Peña, quien cree que Youtube es una plataforma para publicar contenidos que fomenta la creatividad. De momento, no tienen un acuerdo. "Internet va a cambiar la forma de ver la televisión", anuncia Peña. LaSexta ya ha vivido sus experiencias: retransmitió en directo un partido de fútbol (Steaua de Bucarest-Sevilla) por móvil e Internet, además de los distintos sistemas de televisión -analógica, TDT-. Por televisión, vieron el partido casi un millón de personas, 70.000 prefirieron Internet y 9.046 se conectaron por móvil. Una de las últimas experiencias fue la retransmisión en directo por Internet de la entrevista del presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, con Andreu Buenafuente.

En cuanto a la televisión pública catalana, es una excepción, ya que ha realizado un gran esfuerzo para adecuarse a los nuevos cambios tecnológicos, y ha creado en ocasiones contenidos antes en Red que en TV. Hace tres años que la catalana TV-3 inauguró *3alacarta.cat*, "una apuesta en serio por el vídeo en Internet", según Ferran Clavell, director de

contenidos de CCRTV Interactiva. Desde entonces van experimentando, y más que nadie, aparte de firmar un acuerdo con Youtube: "Aliarnos genera tráfico hacia nuestra página. Youtube es un fenómeno nuevo que pone en duda la forma de trabajar de las televisiones convencionales", dice Clavell. En su página, TV-3 cuelga por la mañana un programa que se emite esa noche. Para enero preparan la programación resumida en tres minutos. Los contenidos en la página son gratuitos una semana. En archivo son de pago. Sin embargo, muchos vídeos son patrocinados y gratuitos. Un capítulo de una serie de éxito, *Vent del pla*, cuenta con 900.000 espectadores; en Internet, 100.000.

El uso Podcast³²⁰ mediante agregadores se convertirá en una verdadera posibilidad de crear Playlist de contenidos personales. El lector-usuario realizará una personal combinación de contenidos que consumirá cuando y dónde quiera, y eso debe ser entendido por la industria audiovisual. La evolución y uso del Podcast es exponencial como se refleja en la siguiente gráfica:

³²⁰ Podcasting consiste en crear archivos de sonido o vídeo y poder suscribirse mediante un archivo RSS de manera que permita que un programa lo descargue para que el usuario lo escuche y vea en el momento que quiera, generalmente en un reproductor portátil, o en las distintas posibilidades multiplataforma. Se asemeja a una suscripción a una revista hablada en la que recibimos los programas a través de Internet. Las principales ventajas del podcasting frente a la simple colocación de archivos de sonido y video en una página Web es la sindicación, es decir, la posibilidad de que un programa o un servicio Web recuerde visitar cada cierto tiempo las fuentes y comprobar si hay archivos nuevos que descargarse para escuchar. Frente al streaming, o retransmisión de sonido mediante Internet, el podcasting ofrece independencia, movilidad y libertad de horario. Es decir, se puede oír y ver en cualquier dispositivo portátil que reproduzca MP3 o MP4 (o el formato elegido), en cualquier lugar, sin limitaciones de cobertura o conexión a la Red, y en cualquier momento, ya que está grabado.



Fuente: Feedburner. Octubre 2006 (elaboración propia)

El futuro no será igual para todos los sectores de la industria audiovisual y del ocio por extensión. En la siguiente tabla se puede apreciar un diagnóstico de cada uno de los sectores, desde el año 2006 hasta en 2011, tras el apagón analógico y la implantación definitiva de la TDT y de todos sus recursos. Lo más destacado junto a la precipitación de la industria discográfica es el descenso inexorable de la televisión tradicional y el auge sin Internet y de las plataformas de televisión de pago.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Media 2007/2011
CINE	-2,8	-0,2	2,1	3,1	4,0	3,9	2,6
PERIODICOS	4,0	3,4	2,9	2,9	2,8	2,7	2,9
REVISTAS	1,3	2,0	2,2	2,2	2,7	2,5	2,3
LIBROS	1,6	3,0	1,5	2,2	2,1	2,0	2,2
DISCOS	-12,2	-8,0	-5,4	-4,5	-3,9	-3,0	-5,0
INTERNET	36,6	19,3	23,1	15,6	9,3	8,3	15,0
VIDEOJUEGOS	14,9	15,3	11,3	8,5	6,2	5,9	9,4
CASINOS	21,8	13,6	32,1	26,2	14,4	6,3	18,1
TV DE PAGO	18,0	20,6	24,7	17,6	17,9	17,0	19,5
TV CONVENCIONAL	9,2	7,7	7,2	6,7	8,7	3,4	6,7
RADIO	3,9	5,0	4,8	4,5	4,4	4,2	4,6
PUBLICIDAD EXTERIOR	2,1	2,8	4,3	4,7	4,5	4,9	4,2
DEPORTES	12,1	-1,6	8,5	1,5	12,2	-1,8	3,6

Crecimiento en porcentaje. (Fuente: Price Water House Coopers, (elaboración propia))

Incluso la alta definición se ha introducido en Internet. En el año 2008 comenzarán las emisiones derivadas del acuerdo entre Microsoft y la empresa India Realiance Communications, que con un acuerdo de 500 millones de

dólares harán posible la emisión de contenidos audiovisuales de alta calidad por Internet. El propio director general de MICRODOFT Steve Ballmer asegura que “hasta ahora la televisión era una experiencia de radiodifusión unidireccional. Ahora la televisión por Internet (TV IP) ofrece a los abonados más posibilidades de elección, más control y más comodidad. La tecnología IPTV está en su fase inicial de crecimiento. Esperamos que dentro de un año Estados Unidos e India sean los mercados rápidos crecientes para esta tecnología”. Es necesario indicar que la empresa india citada posee 165.000 kilómetros de fibra óptica en India, EE.UU y Europa.

Se puede pensar que antes de la llegada de la TDT la TV IP puede haberla eclipsado. La tecnología ya permite -y a bajo coste-, emitir a pantalla completa en el ordenador, realizar directos y tener programación continua en la red. El alquiler de un servidor está sustituyendo al pago de una licencia para tener un canal. Hoy no sólo es más fácil consumir *webtv* que ayer, sino también producir contenidos. El director de la empresa valenciana *Multistream*³²¹ afirma que, “es el futuro de la pequeña pantalla. Es un programa que puede usar cualquiera. No hace falta entender de vídeo para manejar una *tele* IP. Las complicaciones técnicas se han simplificado con programación. Multistream ofrece un servicio completo: el *software* Codistream, cuatro servidores (el que aloja la *tele*, el de *streaming*, el de Flash y el de Windows Media) y el espacio para almacenar los vídeos del canal (*hosting*). El sector televisivo va a dar un cambio terrible, ya que la globalización de contenidos ya es inmediata. La gente ve lo que quiere cuando quiere. La grandeza de Youtube es que colocas vídeos en la Red sin tener ni idea. Las cadenas no saben de Internet y las compañías *online* desconocen la televisión. Las primeras quieren apropiarse de Youtube sin el sello de gratis, fenómeno imparable. Para seguir mi serie favorita fuera del país, sólo necesito que en el hotel haya conexión a Internet para acceder desde el portátil a mi PC de casa, que siempre está encendido y conectado al televisor. Entonces mando la señal de mi *tele* a una página, a la que entro desde el portátil. Incluso te puedo invitar a verla. Esto es la realidad.

³²¹ www.multistream.tv

Y aún lo será más cuando los televisores incorporen un procesador. Entonces, la televisión lúdica, la que vemos en el salón, se habrá transformado”³²².

Ya son varias las localidades que han comenzado sus proyectos televisivos vía Internet, como el caso de www.sagunto.tv, www.massegovia.tv, www.canalcordoba.tv, y un largo etc. La difusión del patrimonio en sitios en red como los de Sagunto y Córdoba son más que evidente. En cordoba.tv se ofrecen una gran variedad de contenidos sobre el patrimonio cultural de la provincia andaluza, pueblos, iglesias, artistas, Córdoba rural, tradiciones, fiestas, cine y un largo etcétera llenan la rejilla de esta televisión en red. Los usuarios pueden ver con una gran calidad los contenidos, dónde y cuando quieran, ya que existe posibilidad de crear y ordenar grabaciones personales.

Durante la presente investigación se ha teorizado sobre los fundamentos y la importancia que tiene la difusión audiovisual del patrimonio artístico valenciano para la preservación y el conocimiento de lo culturalmente heredado. Por ello, es necesario intentar establecer las claves futuras que las nuevas tecnologías, en especial la televisión por Internet o IPTV puede tener en la difusión de esos contenidos culturales. En la Comunitat Valenciana ya se ha establecido estrategias para desarrollar esos modelos televisivos en el ámbito local. Concretamente en la localidad de Sagunto se ha creado la primera televisión por Internet. En el diario Las Provincias (19 enero de 2007) se hacían eco de la noticia, “la primera televisión municipal por Internet de España ha aterrizado en Sagunto. Se trata de una nueva iniciativa llevada a cabo por el Gabinete de Comunicación de la ciudad con una inversión de casi 6.000 euros. El objetivo, declararon sus autores, es acercar la actualidad más próxima a los ciudadanos. Un proyecto novedoso, importante y perteneciente al plan de modernización de información al ciudadano en el que está inmerso el Ayuntamiento de Sagunto. Algo que sólo es el principio de una gran etapa de nuevas tecnologías en la ciudad. Juventud, mujer, urbanismo, cultura, deporte, turismo, música y fotografía. Estos son algunos de los apartados a los que el internauta tendrá un fácil y cómodo acceso”. También el diario El País (6 diciembre 2007), afirmaba que Sagunto TV es una televisión por Internet.

³²² http://www.elpais.com/articulo/red/Nuevas/empresas/tecnologicas/servicios/audiovisuales/Internet/elpepateccib/20071206elpepateccib_7/Tes/ (Consultado el 10 de diciembre de 2007)

Funciona desde febrero de 2006. Empezó como una videoteca al estilo Youtube. Hoy emite en la Red las 24 horas, pero no sólo pone plenos o ruedas de prensa, sino que tiene secciones de arte, música, deportes y hasta documentales que los *intervidentes* ven cuando quieren. Desde marzo han visto 55.000 vídeos. Con un único programa realizamos todos los procesos para emitir, incluido el directo, la publicidad interactiva y el rediseño de la página. Además, nos da estadísticas en tiempo real de los internautas conectados y del ancho de banda consumido. El coste de una televisión por Internet, es muy inferior al de la TDT. La alta definición en la Red cuesta 24.000 euros, aunque con definición normal sale por 12.000. A estas cifras hay que añadir la licencia anual del programa (unos 1.200 euros) y el coste de almacenamiento de contenidos en el servidor (70 GB de *hosting* y 50 Mb de ancho de banda), por unos 1.500 euros al mes. Sólo para empezar a producir programación para la TDT se necesitan 600.000 euros, como mínimo, sin contar con los gastos anuales. El problema de la TDT pública en Sagunto no sólo era una cuestión de costes. Hay problemas con la recepción de canales y, además, todavía no se han puesto de acuerdo los 10 ayuntamientos afectados para crear el consorcio que la debe gestionar por el reparto de votos y por el presupuesto.

El mayor gestor y productor de contenidos audiovisuales sobre el patrimonio cultural valenciano se está quedando al margen de esta revolución mediática. No es posible desde su página Web la gestión de contenidos que la televisión pública produce. Por otra parte si es posible ver las emisiones regulares de los canales que componen el ente público en la red, pero no la de que el lector-usuario disponga de esos contenidos con plena libertad. No es el caso de la televisión autonómica catalana TV3, donde se puede disfrutar de una plataforma agregadora de contenidos audiovisuales de calidad denominada 3alacarta³²³, en funcionamiento desde diciembre de 2004. A través de un servicio de banda ancha, los contenidos que presta cuenta con un archivo histórico de más de 42.000 vídeos, que se incrementa cada semana con 500 piezas más. Tras emitirse, a los siete días los contenidos audiovisuales forman parte de ese archivo, de donde el abonado podrá

³²³ <http://www.tv3.cat/ptvcatalunya/tvcServei.jsp?seccio=tvcat&servei=multimedies>

disponer de ellos de forma inmediata. Por 65 € de cuota anual el usuario podrá disponer de todos los archivos a elegir entre tres calidades de reproducción (90, 190 o 500 kbps), también escribir comentarios sobre los contenidos, hacer búsquedas sobre temas, palabras o programas, y confeccionar una lista de vídeos para disponer de ellos con libertad horaria y física, mediante el uso de los RSS, Podcast y las multiplataformas.

Parte III
Cap. 4. Conclusiones generales

4.1. Conclusiones finales de la investigación

Partimos de la confirmación documental que el sistema televisivo de cada país refleja su contexto histórico, político, social, económico y cultural. Para llegar a unas conclusiones finales, como consecuencia del análisis obtenido de la tesis doctoral *Desarrollo de contenidos digitales en la difusión audiovisual del patrimonio histórico-artístico valenciano*, y tras presentar en detalle la metodología seguida para confeccionar la muestra científica, el diseño y las conclusiones del estudio llevado a cabo, se obtienen los siguientes resultados que apuntan a la verificación de los objetivos de partida.

Primera

Inexistencia de una estructura estable, lógica y continuada de una programación audiovisual cultural en la Comunitat Valenciana, concretamente en Televisión Valenciana que potencie la difusión del patrimonio histórico-artístico valenciano. Los contenidos que en los distintos programas culturales se presentan en relación a la difusión del patrimonio histórico-artístico son insuficientes. Únicamente el programa semanal *Encontres*, (ver 3.4.4 y anexos 4.3.4. Tabla 5) actualmente vigente en la rejilla de programación de Punt 2, muestra sensibilidad profesional y contenidos plurales sobre la difusión de esta disciplina cultural. Por otra parte, casos aislados producidos y justificados por fechas clave de la festividad valenciana (ver *Producciones culturales de un único capítulo*, en el punto 3.3.3) posibilitan la difusión audiovisual del patrimonio cultural heredado. Además, la emisión por capítulos de series sobre temas culturales, se muestran de forma poco estructurada y sin una línea educativa estable. La anecdótica información diaria que sobre patrimonio cultural y artístico se produce es puntual y debida a razones políticas o sociales, casi excepcionalmente responde a motivos culturales o formativos. Desde 1989 nunca se ha establecido en la rejilla de TVV una programación regular e indefinida sobre esta tipología cultural, como lo es en el caso de la información deportiva, económica, meteorológica, etc (ver 4.3.1. Tabla 1. Producciones culturales en TVV -1989-2007-). En este sentido una de las razones fundacionales de RTVV como es la preservación y difusión de la cultura autóctona queda mermada.

Segunda

Se produce una clara descoordinación entre los agentes institucionales capaces de vertebrar y asesorar en política de programación sobre patrimonio histórico-artístico y el mayor productor de contenidos audiovisuales en la Comunitat Valenciana como es Televisión Valenciana. El Consejo de Administración de RTVV, el Consell Valencià de Cultura y Les Corts Valencianes, se han mostrado ineficaces en la toma de decisiones conjuntas para la difusión regular que estos contenidos culturales requieren (ver anexos e informes del Consell Valencià de Cultura sobre la difusión audiovisual del patrimonio cultural, en CD adjunto). En especial el Consell Valencià de Cultura (CVC), máximo órgano asesor en materia cultural de los poderes públicos de la Comunitat Valenciana, y en cuyas funciones está asesorar a la Generalitat Valenciana en materias específicas referentes a la cultura valenciana con la misión de velar por la defensa y la promoción de los valores lingüísticos y culturales de la Comunitat Valenciana, ha mostrado en más de una ocasión su preocupación por los contenidos culturales de la televisión pública valenciana, (ver anexos 1.1, 1.3 y 1.6 de los Informes del Consell Valencià de Cultura sobre la difusión audiovisual del Patrimonio cultural. En CD adjunto). Los ocho informes que sobre la difusión audiovisual del patrimonio cultural, y en general todo lo que concierne a la difusión cultural, Medios de Comunicación y las nuevas posibilidades tecnológicas, que han sido elaborados por el CVC, no han sido tomados en consideración por el Consejo de Administración de RTVV. Del presente estudio se desprende también la necesidad de un plan estratégico de las Industrias Culturales Valencianas, materializado tal vez en un Instituto Valenciano de las Industrias Culturales. Mediante este plan y junto a la Conselleria de Cultura y los medios de comunicación además con la participación de los sectores culturales implicados, puede llevarse a cabo las políticas de apoyo a las empresas culturales destinadas a reforzar el tejido industrial de la Comunidad en este ámbito de la cultura audiovisual (ver www.gencat.cat Institut Català de les Indústries Culturals). Junto a RTVV y a la Filmoteca se podría hacer realidad la preservación de la memoria y el patrimonio audiovisual.

Tercera

Manifiesta carencia de acuerdos institucionales entre Televisión Valenciana y los distintos centros de difusión de la cultura y del arte, como museos, centros educativos, centros de formación artística y asociaciones culturales. Desde las emisiones regulares de Televisión Valenciana en octubre de 1989 y de Punt 2 en 1997, no se han producido cesiones o colaboraciones de largo recorrido para el intercambio de contenidos, medios o profesionales formados en la difusión del patrimonio cultural, a excepción puntual del acuerdo del 2005 entre la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte y Radiotelevisión Valenciana quienes colaborarán en la selección de contenidos audiovisuales vinculados a los currícula de las enseñanzas escolares de la Comunitat Valenciana, de entre los que consten en los fondos documentales que Radiotelevisión Valenciana ponga a disposición de este Convenio (ver anexo 1.7 en CD adjunto y Gráfico 43. -nº Capítulos/ años de producción-). También el acuerdo marco, aunque ineficaz, de colaboración entre el Institut. Valencià D'Art Modern (IVAM) y RTVV, para articular la colaboración entre ambas entidades y facilitar soportes, personal experto y documentación suplementaria para la realización de actividades conjuntas de difusión televisiva del arte moderno y contemporáneo (ver anexo 1.8 en CD adjunto). A excepción de los citados acuerdos no concluidos y realizados en 2005, desde 1989 nunca se han producido iniciativas culturales encaminadas a la difusión en órganos educativos y formativos de contenidos culturales gestionados o producidos por TVV. Tampoco se han realizado políticas que posibiliten la consulta externa de los fondos audiovisuales sobre cultura y patrimonio disponibles en TVV, y considerados de interés general.

Cuarta

Radio Televisión Valenciana y sus sociedades carecen de un sello o firma para la comercialización y difusión de sus producciones audiovisuales sobre patrimonio cultural, algo que sin duda beneficiaría económicamente a la empresa pública y por otro lugar mejoraría el conocimiento del patrimonio cultural valenciano a través de los contenidos dispuestos en el departamento de documentación (ver 3.4.3. *Colp d'ull*. Un caso paradigmático -1996-2003-). Frente a este vacío organizativo de la televisión autonómica valenciana, el ente Radiotelevisión Española mediante el sello "RTVE Comercial", en 2007 ha comercializado *La Comunitat Valenciana en los archivos de TVE*, una recopilación imprescindible de los documentos audiovisuales culturales y sociales más significativos que se atesoran en el archivo de la televisión pública española sobre la Comunitat Valenciana. En 18 años de existencia, la RTVV no ha articulado ningún método comercial para difundir sus contenidos documentales sobre el patrimonio cultural valenciano, a excepción de la edición resumida y conmemorativa en CD-ROM de los 50 primeros programas de *Colp d'ull* (ver también 3.4.3. *Colp d'ull*. Un caso paradigmático -1996-2003).

Quinta

No se manifiesta una diferenciación cuantitativa de la programación cultural e histórico-artística en la emisión de producciones con formato de debate entre los dos grandes periodos de mandato político autonómico, del Partido Socialista del País Valenciano PSPV-PSOE y el Partido Popular de la Comunitat Valenciana PPCV. En cuanto a esta tipología de programas culturales con formato de debate que incluyen reportajes sobre manifestaciones artísticas, en la época en que el PSPV-PSOE presidía el consejo de administración se efectuaron 2 programas, *Enquadres* y *L'esfera de la cultura*. Con el consejo presidido por el PPCV se realizaron otros 2 programas, *Colp d'ull* y *Encontres*. Sin embargo respecto a la segunda tipología establecida en esta investigación, la de documentales o episodios seriados, en el primer periodo socialista de 1989 hasta 1996 únicamente se emitieron 7 programas sobre patrimonio cultural. Sin embargo, y teniendo en cuenta el inicio de las emisiones regulares de Punt 2 en 1997, desde el inicio del mandato del PPCV en 1996 hasta 2007 se emitieron 84 programas. La gran diferencia numérica sin embargo no se corresponde a un modelo de producción concreto (producción propia, coproducción o externa) ni tampoco al idioma empleado (ver estadísticas y resultados de 4.3.1. Tabla 1. Producciones culturales en TVV – 1989 a 2007).

Sexta

Tras el análisis de contenido de la programación audiovisual sobre patrimonio histórico-cultural en Televisión Valenciana, se ha obtenido los resultados estadísticos referentes a la procedencia de los invitados así como el número de intervenciones de los creativos invitados que proceden de la Comunitat Valenciana. En primer lugar, se puede establecer como resultado de las estadísticas obtenidas que desde 1989 hasta 2007, en los cuatro programas con formato de debate analizados (*Enquadres*, *L'esfera de la Cultura*, *Colp d'ull* y *Encontres*), como procedentes de la Comunitat Valenciana se ha presentado 928 invitados (52%), de Catalunya 217 (12%), de Madrid 96 (5%), del resto de España 234 (13%), de Europa 168 (9%), de América del Norte 85 (5%), de América del Sur 81 (4%), de Asia 6 y de Oceanía 1 intervención. En términos locales referentes a la Comunitat Valenciana, *Enquadres* emitió 162 intervenciones de creativos y artistas, *L'esfera de la Cultura* 339, *Colp d'ull* 119 y *Encontres* 308. Tras estos resultados se puede establecer que la programación cultural y sobre patrimonio histórico-cultural que TVV ha emitido desde el inicio de sus emisiones en 1989 está claramente referenciada a la Comunitat Valenciana (ver 4.3. anexos y tablas de datos). Este modo de establecer la procedencia de los actores culturales invitados no se ha visto afectado por el régimen político establecido en ningún momento.

Séptima

En cuanto a las categorías temáticas de los invitados presentes en los citados cuatro programas culturales con formato debate, así como la de los reportajes presentados en dichas producciones culturales, y tras haber analizado cada uno de estos, se puede afirmar que desde 1989 hasta el año 2007 la categoría temática con mayor presencia es la de escritor con 283 apariciones o invitados, seguido de la de pintor con 201 y en tercer lugar la de músico con 144 intervenciones. De forma individualizada y como números de referencia máximos, en cada uno de estos cuatro programas, *Enquadres* ha tenido a lo largo de su vida televisiva la presencia de 106 invitados pintores, *L'Esfera de la Cultura* 107 escritores, *Colp d'ull* 84 músicos y *Encontres* 82 literatos. En relación al mayor número de reportajes culturales emitidos dentro de cada uno de estos programas con modelo de debate, *Enquadres* emitió 47 reportajes sobre pintura, *L'Esfera de la Cultura* 56 también sobre pintura, *Colp d'ull* 52 sobre música y *Encontres* 46 sobre literatura (ver 4.3. anexos y tablas de datos).

Octava

En cuanto al idioma empleado en las distintas producciones culturales y de patrimonio artístico -tanto en aquellas con formato de debate como los seriadados- así como su relación con la tipología de producción empleada, se han obtenido las siguientes conclusiones. Desde 1989 cuando comienzan las emisiones regulares de TVV hasta 2007 en todos los programas debate o seriadados con estos contenidos culturales, se puede afirmar que el valenciano está presente en la totalidad de 38 programas (52%), el castellano en 35 programas (47%), y el valenciano/castellano e inglés en 1 (1%). En cuanto a la tipología de la producción empleada, como modelo de producción externa podemos citar 36 programas (48%), como coproducción 19 (26%), y como producción propia otros 19 programas (26%). Podemos además cruzar datos entre la tipología de producción y el idioma empleado, resultando que con producción propia (TVV) el valenciano está presente en el 95% y el valenciano/castellano en un 5%. En contra con el modelo de producción externa (Ext), el valenciano únicamente está presente en el 20% de las producciones, y el valenciano/castellano presente el 80%. Por último las coproducciones (TVV/Ext) el valenciano está en el 63 % de los programas, el castellano/valenciano en el 32% y el valenciano/castellano/inglés en el 5%. Como consecuencia de esto se puede afirmar que la programación cultural y sobre patrimonio histórico-artístico únicamente en castellano es inexistente. En resumen, de esta investigación se desprende que el idioma empleado en las producciones audiovisuales culturales sobre patrimonio cultural depende y se ve condicionado por el modelo de producción que se emplee, y no únicamente de la estructura de sus contenidos (ver 4.3. anexos y tablas de datos).

Novena

Es necesario el reconocimiento de un periodismo audiovisual especializado debido a la demanda que la aparición de las nuevas tecnologías tendrá sobre los nuevos profesionales de la gestión y difusión cultural. Resulta imprescindible una nueva formación de los agentes involucrados en la gestión de contenidos sobre patrimonio, para que puedan adecuarse a los nuevos entornos digitales (ver 3.2. La especialización periodística en la difusión audiovisual del arte y patrimonio). En TVV esta disciplina no ha estado entre las prioridades de las redacciones, aunque sí que ha existido sensibilidad ante otra tipología de periodismo especializado como el deportivo, económico o social. El consenso entre la oferta y la demanda, debe partir de un periodismo especializado, en un nuevo contexto televisivo donde los espacios temáticos se nos ofrecen dentro de un gran canal mosaico. En el Informe del Consell Valencià de Cultura sobre la divulgación científica en la televisión pública valenciana de 23 de diciembre de 2005 (ver anexo 1.2. en CD adjunto), y la Comisió de les Ciències del Consell Valencià de Cultura se sensibiliza con las capacidades que sobre esa disciplina puede presentar la televisión autonómica valenciana, se hace una relación entre los profesionales de los medios de comunicación y la comunidad científica, insistiendo en la necesidad de crear un periodismo especializado que materialice de forma correcta todas las tesis científicas con una narración coherente -en este sentido coincide con las tesis que sobre la necesidad de un periodismo audiovisual especializado en patrimonio cultural se desarrollan en la presente investigación.

Décima

En un momento de revolución tecnológica sin precedentes en la industria audiovisual, consideramos necesario que la televisión autonómica valenciana actúe en consonancia con las posibilidades que este nuevo paradigma mediático puede ofrecer en la difusión audiovisual del patrimonio cultural. Tras esta investigación se ha detectado una deficiente utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación por parte de RTVV (ver 3.7. Aplicaciones de las TIC /TCU en la difusión del patrimonio histórico-artístico). Frente a los avances que en esta materia se están materializando en otras televisiones públicas, creemos urgente la adaptación de esa nueva realidad mediática para conseguir contextualizar los principios fundacionales que sobre la cultura valenciana justificaron la creación del ente público. El ofrecimiento a través de la red de los contenidos audiovisuales documentados sería de enorme trascendencia para el conocimiento de las muestras de cultura heredada. El empleo de las multiplataformas y la nueva forma de consumir televisión no debe obstaculizar la función educativa de TVV. Actualmente, el consumo televisivo se está entendiendo en clave de libertad horaria y de disposición personal de contenidos, algo a lo que TVV no puede oponerse (ver 3.8. Convergencia tecnológica y multiplataformas en la difusión audiovisual del patrimonio cultural valenciano). Proyectar un plan de futuro viable pasa por aceptar la apertura de contenidos y horarios, ya que la nueva audiencia va a dejar de consumir televisión vinculada a una parrilla preestablecida.

4.2. Documentación Bibliográfica y fuentes documentales

4.2.1. Bibliografía

- AA.VV. (1993): *Audiencia y programación*. Valencia. Ente Público RTVV.
- AA. VV. (1995): *Televisión y Cultura*. Ente Público RTVV.
- AA.VV. (1998): *Oferta de la televisión digital. Internacionalización y regionalización de los contenidos*. Valencia, Ente Público RTVV.
- AA.VV. (2002): *El buscador de oro. Identidad personal en la nueva sociedad*. Escuela Contemporánea de Humanidades. Toledo. Ediciones Lengua de Trapo.
- AA.VV. (2002): *Revista de Occidente*. Nº 201. febrero de 1998.
- AA.VV. (2005). *Comunicación audiovisual digital*. Barcelona. Editorial UOC.
- AA.VV. (2004): *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona. Editorial UOC.
- ABRIL, G. (1997): *Teoría General de la Información*. Madrid, Cátedra.
- ADORNO, TH. (1966): *Televisión y cultura de masas.*, Córdoba, Eudecor.
- AGAUDED, J. I. (2000): *La educación sobre televisión. Propuestas para la utilización didáctica del medio televisivo en la escuela*, en *Comunicación y educación en la sociedad e la información*. Barcelona. Paidós.
- AGIRREAZALDEGI, T. (1997): *El uso de la documentación audiovisual en los programas informativos diarios de televisión*. Bilbao. UPV.
- AGUDO TORRICO, J. (1999): "Cultura, patrimonio etnográfico e identidad". *Boletín del instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 29.

- ALBERCH, R (2003): *Los archivos, entre la memoria histórica y la sociedad del conocimiento*. Barcelona. Editorial OUC.

- ALBERO, M. (1987): "*Televisión y educación. Aproximación a un modelo aplicable*", En *Primeras noticias*, nº 11- 14 (septiembre).
 - (1996): Universidad Autónoma de Barcelona. "*Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil*". Artículo publicado en *Comunicar*. Revista IberoAmericana de Medios de Comunicación y Educación. Nº 6.

- ALBERT Rodrigo, M. (2004): *La eclosión asociativa en el tránsito hacia una nueva era. Un estudio del tercer sector en el ámbito comarcal de l'Horta Sud (Valencia)*, Tesis Doctoral; Universitat de València.

- ALCALDE, Eduardo. (1997): En "*Patrimonio y Medios de Comunicación*", Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación. Valencia, 18 de abril de 1997 pp.182.

- ALONSO, F. (1998): *Canal +. Aproximación a un modelo europeo de televisión de pago*, Madrid, Fragua.

- ALTHUSSER, L. (1974): *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Buenos Aires, Edit, Nueva Visión.

- ALVAREZ, J M. (1997): *Televisión de pago*, Fragua, Madrid.

- ANDERSON, P (1998): *Los orígenes de la posmodernidad*. Barcelona. Anagrama.

- ARANGUREN, J.L. (1997): *Ética*. Madrid. Ed. Biblioteca Nueva.

- ARIÑO, Antonio. (1992): *La ciudad ritual. La fiesta de las Fallas*. Barcelona, Anthrogos.

- (1996): *“La utopía de Dionísios. Sobre las transformaciones de la fiesta en la modernidad avanzada”*. Antropología, nº 11.
- ARDÈVOL, E (2004): *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona. Editorial UOC.
 - ARNHEIM, R, (1996): *El cine como arte*. Barcelona, Paidós comunicación.
 - ARMAND/ MATTELART. M. (1987): *Pensar sobre los medios*, Madrid, Fundesco.
 - BALLART Hernández, J., JUAN, I y TRESSERRAS, J. (2001): *Gestión del patrimonio cultural*, Barcelona; Ariel.
 - BARTHES, R (1980), *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI.
 - BARKER, C. (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona. Paidós.
 - BAUDRILLARD, J. (1979): *Crítica de la economía política del signo*, [traducción de Aurelio Garzón del Camino], México, Siglo XXI.
 - (1991): *La transparencia del mal*. Barcelona. Anagrama
 - (1997): *La ilusión del fin*. Barcelona. Anagrama
 - BELLVESER E, (1999): *Manual de documentació audiovisual en ràdio i televisió*. Universitat de València.
 - BENJAMIN, W. (1983): *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona. Clàssics del pensament modern. Edicions 62.
 - BENOIR, R.B.(1998) : *La télévision numérique*, Paris, Dunod.

- BERGER. P, LUCKMANN, (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona. Paidós Studio.
- BERNARDO J.M, GAVALDÀ, PELLCER N, (Coords). (2003): *El debate sobre la cultura de la imagen*. Departament de Teoria dels Llenguatges. Universitat de València.
- BERNI, P y CARRERAS, C (2003): *Difusió del patrimoni cultural a través de les TIC: el caso del portal de la Vall de Boí*. Digithum. Nº 5. Barcelona.UOC.
- BERTOLOTTI, N. (1998): *The european pay-TV industry*. Londres, J.P Morgan Securities.
- BETTETINI, G (1986): *La conversación audiovisual*. Madrid. Cátedra.
- BOHM, D. (1987): *La totalidad y el orden implicado*, Barcelona. Kairós.
- BOISSEVAIN, J. (1999): “*Notas sobre la renovación de las celebraciones populares públicas europeas*”, *Arxius de Sociologia*, 3.
- BOURDIEU, P. (1988), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid. Taurus.
 - (1990): *Sociología y cultura*, México, Grijalbo.
 - (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
 - (1997): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona. Anagrama.
 - (2002): *Lecciones sobre lecciones*. Barcelona. Anagrama.
- BROWN, L K. (1991): *Como utilizar bien los medios de comunicación. Manual para padres y maestros*, Madrid. Visor Distribuciones S.A.

- (1991): *Cómo utilizar bien los medios de comunicación*, Madrid. Visor.
- BRÜNNER. J.J. (1992): *América Latina. Cultura y modernidad*. México. Editorial Grijalbo y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- BUENO, Gustavo, (1996), *El mito de la cultura*, Barcelona, Prensa Ibérica.
- (1996): *Televisión: Apariencia y verdad*, Barcelona, Gedisa
 - (2002): *Telebasura y democracia*. Barcelona. Edicions B
- BURKE, P, (1991): *La cultura popular en la Europa Moderna*, Alianza Universidad. Historia, Alianza, Madrid.
- BUSTAMANTE, E y VILLAFAÑE, J, (eds.) (1986). *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Madrid. Siglo XXI/RTVM.
- BUSTAMANTE, E y ALVAREZ, J M (Edits.), (1999): *Presente y futuro de la televisión digital*, Madrid, Edipo.
- BUSTAMANTE, E. (2002): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona. Gedisa.
- CABALLERO. T. Laura, (2007): *TDT*. Valencia. Prosopopeya. Tirant lo Blanch.
- CALDERA, J y NUÑO, María, (2004): *Diseño de una base de datos de imágenes para televisión*. Gijón. Ediciones Trea.
- CALLEJO, J. (1995): *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid, Siglo XXI-CIS.
- CARRERAS, C y MUNILLA, G (2005): *Patrimonio digital*. Barcelona. Editorial UOC.

- CARRERAS, L. (2003): *Derecho español de la información*. Barcelona. Editorial UOC.
- CASASÚS, J. M (1991): *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona, Ariel Comunicación.
- CASSETTI, F y DI CHIO, F. (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós. Barcelona.
- CASTELLS, M. (1998): *La era de la información. El poder de la identidad*. Vol. 2. Madrid. Alianza.
 - (1998): *La era de la información. Fin del milenio*. Vol. 3. Madrid. Alianza.
 - (2000): *La era de la información*. Vol. 1. *La sociedad red*. Madrid. Alianza Editorial.
- CASSIRER, E (1942): *The Logica of the Cultural Sciences*. New Haven. Yale University Press, 2000.
- CAZENEUVE. J. (1977): *El hombre telespectador*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- CEBRIÁN, J.L. (1987): *El tamaño del elefante*, Madrid, Alianza.
- CEBRIAN, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión, cine, prensa gráfico, vídeo*, Madrid, Ciencia 3.
 - (1995): *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, Madrid, Síntesis.
 - (1995): *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*, Madrid, Síntesis.

- (1998): *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Madrid, Síntesis.
 - (1999): “*Discurso audiovisual. Nuevos campos de investigación semiótica*”, En *Comunicación y estudios universitarios. Revista de Ciències de la Informació*. Nº 9, Valencia, CEU-San Pablo, págs.71-88.
 - (2000): *Interpretación audiovisual de la realidad*, Madrid, UNED.
 - (2004): *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona. Paidós.
- CHICHARRO, A. (1996): *Periodismo y crítica literario, hoy*, Sevilla, Ed. Alfar.
- COCHRAN, T. (1996): *La Cultura contra el Estado*. Madrid. Cátedra.
- COLORADO, A. (1997): *Hipercultura Visual. El reto hipermedia en el arte y la educación*, Madrid, Editorial Complutense.
- COMPANY, X. (2006): *Los ángeles músicos en la Catedral de valencia*. Generalitat Valenciana.
- CONTRERAS, J M y PEREZ, J R. (1999): *El anuario de la televisión 2000*, Madrid, Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual.
- CONTRERAS, R. (1998): *El ciber mundo. Dialéctica del discurso informático*. Sevilla, Alfar.
- CORTES, J A. (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*, Pamplona, Eunsa.
- CRUCES, F. (1998): “*Problemas en torno a la restitución del patrimonio. Una visión desde la antropología*”, en *Política y Sociedad*.

- CUENCA Cabeza, M, (2000): *“El ocio como experiencia extraordinaria: la fiesta”*, en *Ocio humanista. dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*, Bilbao, Deusto.

- CURRAN, J, MORLEY D, WALKERDINE V. (1998): *Estudios Culturales y Comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Barcelona. Paidós.

- DAYAN, Daniel / KATZ, Eliu. (1992): *Media Events. The live Broadcasting of history*. Harvard University Press, Cambridge.

- DADER, J.L, (1992): *El periodista en el espacio público*. Barcelona. Bosch.

- DELCOURT, J. (2001): *Les Convergences entre Economie et Culture*. Cinéma. Audiovisuel, Nouveaux Médias. París.

- DEL REY, J. (1976): *Cultura y mensaje*, Cuadernos de comunicación. Madrid, Pablo del Río Ed.

- DELGADO. M. (1999): *El animal público*. Barcelona. Anagrama.

- DE PABLOS, J. (1996:). *Tecnología y Educación. Una aproximación sociocultural*. Cedecs Editorial, Barcelona, 1996.

- DOBARRO, S. (1998): *La televisión digital en Europa*, Pontevedra, Editorial 9, S.L.

- DOMÍNGUEZ, S (1999): *Relaciones entre el arte y la información. El caso del realismo madrileño*, La Laguna, Tenerife. Revista Latina de Comunicación Social.

- DUBY, G. (1976): *Historia social e ideologías de las sociedades*. Barcelona: Anagrama.

- DUVIGNAUD, J. (1972): *La sociología. Guía alfabética*. Madrid. Editorial Anagrama.

- ECO, U. (1981): *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.
 - (1986): *La tragedia de la ilusión*. Barcelona, Lumen.
 - (1989): *La estructura ausente*, Barcelona, Lumen.

- EDWARD SAID, W, (1996): *Cultura e Imperialismo*, Barcelona, Anagrama.

- ESCARPIT, R. (1977): *Teoría general de la información y la comunicación*. Madrid. Editorial S.A. ICARIA.

- ESCUDERO, J.M. (1992): “Del diseño y producción de medios al uso pedagógico de los mismos”. In J. de Pablos (Ed.) *Las nuevas tecnologías de la información en la educación*. Sevilla. Alfar.

- ESTEVE, J.(2000): *La televisió (im)posible. (10 anys d'informatius a Canal 9)*.Barcelona. Comunicació Edicions 3 i 4.

- FABRI, P. (2001): *El giro semiótico: el futuro de la investigación*. Barcelona. Gedisa.

- FERRATER Mora, J. (1991): *Diccionario de Filosofía*. Barcelona. Circulo de lectores.

- FERNÁNDEZ Asis, V. (1986): *Radio-televisión. Información y Programas. Las incógnitas de los medios electrónicos*. Barcelona. Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE.

- FERNÁNDEZ del Moral, J (2004): *Periodismo especializado*. Barcelona. Ariel Comunicación.

- FERNÁNDEZ del Moral, J y ESTEVE Ramírez (1993): *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid. Ed. Síntesis.

- FERNÁNDEZ-BACA CASARES, R. (1999): "Patrimonio Histórico, cohesión social e innovación". *Boletín del instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 27 Dossier: *Andalucía, una realidad multicultural*.

- FERNÁNDEZ, Sanz, J.J, SANZ. C, RUBIO, A.L. (2006): *Prensa y Periodismo Especializado 3. III Congreso Internacional de Prensa y Periodismo Especializado*. Asociación de la prensa de Guadalajara.

- FERRÉS, Joan. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós.

- (2000): *Televisión y Educación*. Barcelona. Paidós.

- FLACHSLAND C. (2003): *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Madrid. Intelectuales.

- FONTCUBERTA, J. (1997): *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili.

- FRANCÉS, M. (2003): *La producción de documentales en la era digital: modalidades, historia y multidifusión*, Madrid. Cátedra. Col; Signo e Imagen 76.

- FUENTES Cobo, C, (1989): *Las obligaciones culturales de los servicios nacionales de televisión*, TELOS, Nº 18, Madrid.

- (2002): *En esto si creo*, Madrid, Seix Barral.

- GANS, Herbert J, (1979): *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News. NBC Nightly News and Time*. New York: Pantheon Books.

- GARCÍA Canclini, N. (2001): *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós Estado y sociedad. Paidós, Buenos Aires.
- GARCÍA Jiménez, L (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación*. (1980-2006). Madrid. Tecnos.
- GARCÍA, Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona. Gedisa.
- GESER, G.; MULRENIN, A. (2002). *The Digicult Report. Technological landscapes for tomorrow's cultural economy*. Bruselas. Unlocking the value of cultural heritage.
- GRANOLLERS, T; LORÉS, J y CAÑAS, J.J. (2005): *Diseño de sistemas interactivos centrados en el usuario*. Barcelona. Editorial UOC.
- GRAU, J. (2002): *Antropología audiovisual*, Barcelona. Edicions Bellaterra.
- GOMBRICH E. H (2004): *Breve historia de la cultura*. Barcelona. Península/Atalaya.
- GUBERN, R. (1977): *Comunicación y cultura de masas*, Barcelona, Península.
 - (1986) "El desafío sociocultural de la información", en Telos, nº 5.
 - (1992) *La mirada opulenta*, Barcelona, Gustavo Gili.
 - (1996): *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona. Anagrama.
 - (1996): *Ver para Crecer En el País 20 años*. El País Semanal. Nº 1.023. Extra. Domingo 5 de mayo de 1996.

- (2004): *Televisión pública, televisión privada. Entre la basura y la cultura*. 15 años del Periodic El Mundo. Las cosas que hemos vivido. 1989-2004. 23 de octubre de 2004.
- GUTIERREZ, J. (1984): *Periodismo de opinión*, Madrid, Paraninfo.
- HABERMAS, Jürgen y DOMÈMEC, Antoni, (1994): *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Edit. Gustavo Gili, México.
- (1989): *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Burgeois Society*, Cambridge, Polito Press.
- HERDER, J.G (1959); *Ideas para una filosofía de la historia de la humanidad*. (traducción directa de J. Rovira Armengol), Losada, Buenos Aires.
- HERNÀNDEZ i MARTÍ, G-M, (1999): *Una reflexió al voltant de la cultura popular valenciana*. En *Arxius de Sociologia*. Nº 3. Junio de 1999. Pág.173-181.
- (2001): “*Les transformacions de la cultura popular*”. *Afers*, nº.37.
- HERNÀNDEZ i MARTÍ, G.M., SANTAMARÍA, B., MONCUSÍ, RODRIGO, M^a A. (2005): *La memoria construida. Patrimonio cultural y modernidad*. Valencia. Tirant lo Blanch.
- (2004): HERNÀNDEZ i MARTÍ, G.M., SANTAMARÍA, B., MONCUSÍ, <<Patrimonio etnológico e identidades en España: un estudio comparativo a través de la legislación>>, *VIII Congreso Español de Sociología*, Alicante 23-2 de septiembre de 2004.
- HORKHEIMER, M., ADORNO, T.W (1994): *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Editorial Trotta

- IBAÑEZ, Enrique. (2003): "Patrimonio versus medios de comunicación". En *Revista A.CO.PA.H* nº 11. Valencia.

- IGARTUA, J.J y HUMANES, M.L (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid. Editorial Síntesis.

- IMBERT, G (2001): *La intimidad como espectáculo: de la televerdad a la telebasura*. En *Revista de Occidente*. Nº 201. Febrero de 1998. pág. 88.
 - (2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona. Gedisa. Estudios de televisión.

- JARAMILLO, M.A. (1997): *Patrimonio y medios de Comunicación*. Jornadas sobre Patrimonio y Medios de Comunicación. Valencia 18 de abril de 1997. Generalitat Valenciana.

- JENKINS, H. (2006): *Convergence Culture*. Mass media and culture. United States. NYU Press.

- JENSEN, KB. Y JANKOWSKI, N.W., edit. (1993): *Metodología cualitativas e investigación en comunicación de masas*, Barcelona, Bosh Comunicación.

- JONES, Daniel E. (2001): "Democràcia, comunicació i negoci: el creixement desmesurat de la concentració econòmica". *Trípodos*, núm. 10.

- KERLINGER, F.N (1975): *Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología*. Ed. InterAmérica. México.

- KIENTZ, A. (1976): *Para analizar los Mass Media*, Valencia, Ed. Fernando Torres

- KRIPPENDORFF, K (1990): *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona, Ed Paidós.

- LEBRES Aires, M^a Luisa. (2001): "Privilegiación y reintegración de programas culturales televisivos en educación de adultos". En *Revista Fuentes*. nº 3 Facultad de CC. de la Educación. Universidad de Sevilla.
- LE DIBERDER, A y COSTE-CERDÁN, N. (1990): *Romper las cadenas. Introducción a la post-televisión*, Barcelona. Gustavo Gili.
- LERNER, Daniel, (1958): *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Glencoe, Ill., Free Press, 1958.
- LÉVY, B.H. (1991): *Les aventures de la liberté*. París, Ed. Grasset
- LIPOVETSKY, G (1990): *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, Anagrama.
 - (1992): *El crepúsculo del deber*. Barcelona, Anagrama.
- LISTER, M (compilador). (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós.
- LÓPEZ-ARANGUREN, E (1986): "El análisis de contenido" en GARCÍA FERRANDO M., IBAÑEZ, J., y ALVIRA, F., *El análisis de la realidad social*, Madrid, Alianza Universal,
- LOTMAN, J. (1988): *Estructura del texto artístico*. Madrid. Istmo.
 - (1992), "La estructuración de las audiencias masivas", *Diálogos de la comunicación*, nº 32.
 - (1993), *El texto en el texto*. La Habana, Cuba. En *Criterios: estudios de teoría de la literatura y las artes, estética y culturología*.

- LULL, James (1995): *Medios, Comunicación, cultura. Aproximación global*. Buenos Aires. Amorrortu Editores.

- LYON, D. (1994): *Postmodernidad*, Madrid, Alianza Editorial.

- LYOTARD, Jean-F. (1996): *La postmodernidad (Explicada a los niños)*, Barcelona, Ed. Gedisa.

- MALDONADO, T (2007): *Memoria y conocimiento. Sobre los destinos del saber en la perspectiva digital*. Cibercultura. Barcelona. Gedisa.

- MARÍN Peidro, L. (2000): *Los contenidos ilícitos y nocivos en Internet*. Madrid. Fundación Retevisión.

- MÁRQUEZ ROMERO, J.E.; MORENTE DEL MONTE, M.^a (1999): "Plan director para la integración y puesta en valor de los "dólmenes" de Antequera (Málaga)". XXV Congreso Nacional de Arqueología, del 24 al 27 de febrero, Valencia.

- MARTÍN-BARBERO, J. (1988), *Televisión, cultura y región*, Madrid, Revista Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y sociedad, nº 16.
 - (1993). *Communication, Culture and Hegemony*, Newbury Park, CA: Sage.
 - (1995).Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático". *Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali: Centro Editorial Universidad del Valle.

- MARTÍN, M y otros. (1979): *Cultura en periodismo*, Madrid, Fundación Juan March.

- MARTÍN, Marcelo. (1993): *“Difusión del patrimonio I”*. Boletín Informativo. Instituto Andaluz del Patrimonio Artístico. Nº 5.

- MARTÍN, S. M. (2004): *La producción social de comunicación*. Madrid. Alianza.

- MARTÍNEZ, J y VILA i FUMÀS P. (2004): *Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos*. Barcelona. Paidós. Papeles de Comunicación. 44.

- MARTÍNEZ, A. (1993): *Curso de redacción periodística*. Madrid, Ed. Paraninfo.

- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L (1983): *Curso general de redacción periodística*, Madrid, Ed. Mítre.

- MATTELART, A y NEVEU, É. (2003): *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona. Paidós. Comunicación 153.

- McQUAIL, D y WINDHAL, S. (1981): *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona. Eunsa.
 - (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.

- MÉNDEZ, A, (2004): *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Universitat de València.

- MERCADO, M^a T, (2006): *“Informar sobre patrimonio cultural: una especialización necesaria”*, en *Prensa y Periodismo Especializado 3*, III Congreso internacional de prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual), Vol I y II. Asociación de la prensa de Guadalajara. 2006

- MOLES A. (1967): *Sociodinámica de la cultura*, París, Mouton París.

- MONCUSÍ, A. (2003): *Investigació antropològica i patrimonialització*. En Arxius. Arxius de Ciències Socials. Nº 9. Diciembre de 2003. Pág.87-106.

- MORALES, A. (1996): *Patrimonio Artístico*, Madrid. Historia 16.

- MORAN, E. (1988): *Géneros del Periodismo de Opinión*, Pamplona. Universidad de Navarra.

- MORENO, V. (1994): *De brumas y de veras*. Navarra, La crítica en los periódicos, Pamplona:

- MOREO, I. (1999): *“Poder, mercado e identidades colectivas. Las fiestas populares en la encrucijada”*. En OLIVER, M (coord.): *Jornadas de Antropología de las fiestas. Identidad, mercado y poder*, M&C Publicidad. Villena.

- MORIN, Edgar, (1962): *El espíritu del tiempo: ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid. Ensayistas de hoy, Taurus.

- MORLEY, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu editores, Buenos Aires.

- NEGROPONTE, N. (1995): *El mundo digital*, Barcelona, Ediciones B.

- NOELLE-NEUMANN, E. (1995): *La espiral del silenciosa. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona. Paidós.

- OROZCO, G. (1993): *“Cultura y televisión: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción”*, en GARCÍA CANDINI, *El consumo cultural en México*. México, CNCA.

- ORTEGA y GASSET, J. (1976): *La rebelión de las masas*, Madrid, Alianza.

- ORTEGA, Sergio. (2004): *Multimedia, hipermedia y aprendizaje. Construcción de espacios interactivos*. Salamanca. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

- OTERO, Edison (1991): *“Algunos cruzamientos temáticos entre la teoría de la comunicación y la antropología”*. Edison Otero y Ricardo López. *Manual de Introducción a la Teoría de la Comunicación Social*. Ediciones de la Corporación de Promoción Universitaria, CPU. Santiago.

- PASOLINI, Pier P. (1993): *Escritos Corsarios*, A Coruña, Ediciones Positivas.

- PEREZ DE SILVA, J. (2000): *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial*. Barcelona, Gedisa.

- PÉREZ TORNERO, J.M. (1993): *Televisión educativa*. Madrid. UNED.

- PEREIRA FARIÑA, J. (2004): *Prensa y periodismo especializado*. II Congreso de Prensa y Periodismo especializado. Historia real actual. Asociación de la Prensa De Guadalajara. En *“La especialización en los cibermedios de Galicia”*. *Experiencias y alternativas*.

- PIÑUEL, JL. Y GAITÁN, J.A. (1995): *Metodología general. Conocimiento científico e investigación social*. Madrid, Síntesis.

- POSTMAN, Neil. (1991): *Divertirse hasta morir*, Barcelona, La Tempestad.

- QUILEZ, S. Rafael. (1990): *Por un modelo valenciano de Televisión Pública*. Tesis Doctoral Inédita. Universidad Complutense de Madrid.

- RAGA, Concha. (1997): *“Patrimonio y Medios de Comunicación”*. En *Jornadas sobre patrimonio y medios de comunicación*. Valencia, 18 de abril de 1997. Generalitat Valenciana.

- RAMIREZ, J.A. (1997): *Medios e historia del arte*. Madrid, Cátedra.
- RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.
 - (2000), *La golosina visual*. Madrid. Debate.
- RICO, L. (1992): *Televisión: fábrica de mentiras*, Madrid. Espasa Calpe.
- RICOUR, P (1989): *Hermeneutics and Human Sciences; Essays on Language, Action and Interpretation*, comp, Cambridge University Press.
- RIVERA, J. (1995): *El Periodismo Cultural*, Barcelona, Paidós.
- RIVIÈRE, M. (1994), *Periodista*, Barcelona, Grijalbo.
 - (2003): *El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación*. Barcelona Icaria. Análisis contemporáneo.
- ROBERT JAUSS, H. (2002): *Pequeña apología de la experiencia estética*. Barcelona. Pensamiento contemporáneo 67. Paidós.
- RODRÍGUEZ Pastoriza, F. (1997): *Persiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.
 - (2003): *Cultura y Televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona, Estudios sobre televisión. Gedisa Editorial.
 - (2006): *Periodismo cultural*. Editorial Síntesis. Madrid.
- RODRÍGUEZ, R. (2001): *Apocalypse Show. Intelectuales, televisión y fin de milenio*. Universidad de Alicante. Editorial Biblioteca Nueva.
- ROMA, J. (1995): <<L'actualitat del patrimoni etnològic>>, en Calvo, LI y Mañà, J. (eds) (1995): *De l'ahir i l'avui.El Patrimoni etnològic de Catalunya*, Barcelona; Dpt. de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

- ROWE, W y SCHELLING, V. (1991): *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin América*. Londres. Verso.

- SCHLESINGER, Philip, (1987): *Los intelectuales en la sociedad de la información*, Barcelona, Anthropos.
 - (1997), *Media Cultura and Society: a critical reader*. Paperback.

- SÁNCHEZ Biosca, V (1995): *Una cultura de la fragmentación: pastiche, relato y cuerpo en el cine y la televisión*. Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.

- SÁNCHEZ Noriega, J.L. (1997): *Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*. Madrid. Tecnos.

- SANCHEZ-TABERNERO, A y otros. (1997): *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*, Pamplona, EUNSA.

- SAN MARTÍN, J (1999): *Teoría de la cultura*. Madrid. Editorial Síntesis.

- SANTAMARÍA, L. (1990): *El comentario periodístico*, Madrid, Paraninfo.

- SANZ, C, SOTELO J, RUBIO A (Coords.). (2004): *Prensa y periodismo especializado. II Congreso Internacional de prensa y periodismo especializado*. Guadalajara Departamento de Historia de la Comunicación Social (UCM) y Asociación de la prensa de Guadalajara.

- SARTORI, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus, Alfaguara.

- SILVERSTONE, R.(1994): *Television and Everyday Life*. London. Routledge.

- SINCLAIR, J. (2000): *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona. Gedisa.

- SLOTERDIJK, P. (2002).: *El desprecio de las masas. Ensayo sobre las luchas culturales de la sociedad moderna*. Valencia. Pre-Texto.

- STEINER, G,(1997): *Pasión intacta*, Madrid, Ediciones Siruela.

- TARRONI. E, BARBALATO.B, CALZAVARA. E, CELLI. E, PECORI F. (1975): *Comunicación de masas: Perspectivas y métodos*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

- TAYLOR, E.B. (1871): *Primitive Culture*. Ed. John Murray. Londres. 1871. Winner, 1987 L. Winner. *La ballena y el reactor*. Ed. Gedisa. España. 1987.

- THOMPSON, John B. (1998): *Los Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación 101.

- TERCEIRO, J.B. (1996): *La sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*. Madrid, Alianza Editorial.

- TUBAU, I. (1982): *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona, Editorial ATE Textos de Periodismo.

- TUBELLA, I y VILASECA, J. (2005): *Societat del coneiximent*. Barcelona. Editorial UOC.

- VALLEJO, M L. (1993): *La crítica literaria como género periodístico*, Navarra, Universidad de Navarra.

- VALLEJO-NÁGERA, A, (1987): *Mi hija ya no juega, sólo ve la televisión*, Madrid, Temas de Hoy.

- VATTIMO, G (1986): *El fin de la modernidad*. Madrid. Gedisa.

- VELTMAN, K (2005): *Desafíos en las aplicaciones de las TIC/TCU en el patrimonio cultural*. En *TIC y Patrimonio*. Digithum. Nº 7, mayo de 2005. Dossier. Revista electrónica de los estudios de humanidades y Filología de la UOC. Barcelona.
- VELLEGLIA, S. (1997): En CHASQUI. Revista Latinoamericana de Comunicación. Nº 59, septiembre de 1997. *¿Qué pretende la Educación de la TV*.
- VILLA, M.J. (1998): *El Periodismo Cultural. Reflexiones y aproximaciones*. En Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna, Tenerife.
- VIRILIO, P. (2003): *Estética de la desaparición*. Barcelona. Anagrama.
- WARTOFSKY, M.W. (1973): *Introducción a la filosofía de la Ciencia*. Madrid. Alianza Editorial. Vol I.
- WEBER, M. (1994): *La ética protestante y el espíritu del Capitalismo*. Península. Barcelona.
- WERTSCH, J., DEL RÍO, P., y ÁLVAREZ, A. (1997): *La mente sociocultural. Aproximaciones teóricas y aplicadas*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- WOLF, M. (1994): *Los efectos sociales de los medios*. Barcelona. Paidós.
- WOLTON, D. (1995): *Elogio del gran público: una teoría crítica de la televisión*. Barcelona, Gedisa. El mamífero parlante. Serie mayor.
- XAMBÓ, R. (2001): *Comunicació, política i societat. El cas valencià*. Valencia. Edicions 3 i 4.
- YEPES, L, José. (2004): *Diccionario Enciclopédico de Ciencias de la Documentación*. Madrid. Editorla Síntesis.

- (1996): *Manual de Información y Documentación*. Madrid. Pirámide.

- ZALLO, R. (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y políticas de la comunicación*. Tercera Prensa. Irugarren Prentsa.

4.2.2. Webs principales³²⁴

- 3 a la carta. TV3. (27/05/2006 y más). <http://www.tv3.cat>
- Análisis Global Audiovisual. (02/12/2007). <http://www.screendigest.com>
- Britishcouncil. (21/05/32007). <http://www.britishcouncil.org/es/spain.htm>
- Centro de Análisis de la Sociedad de la Información y la Comunicación. (09/12/2007) <http://www.enter.ie.edu/>
- Dialnet. (28/01/2007). <http://dialnet.unirioja.es>
- Digicult. (01/02/2006). <http://www.digicult.info/pages/index.php>
- E-Culture Net Thematic Networks in FP5.(10/10/2007). <http://www.eculturenet.org/FP5/>
- El Comercio. Ecuador. (01/11/2007). <http://www2.elcomercio.com/>
- El País.(/ 14/01/2006 y más). <http://www.elpais.com>
- Endora Producciones. (15/06/2007). <http://www.endoraproducciones.com>
- *Estudios de Comunicación Intercultural*. (27/07/2007). <http://www.ehu.es/zer/zer1/4notinvrodr.htm>
- European Heritage Network HEREIN. (27/05/2007). http://www.europa.eu.int/comn/cultura/index_en.htm
- Facultad de Ciencias, Nutrición y Dietética. (28/03/2006). <http://www.uned.es/pea-nutricion-y-dietetica>
- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS. (10/02/2006). <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf21/dialogos21.asp>
- Fundación Telefónica. (02/12/2007). <http://www.telefonica.es>
- Galileo Proyect. (10/08/2007). <http://www.europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l24205.htm>
- Inspiral Proyect. (18/05/2007). <http://www.inspiral.cdlr.strath.ac.uk/about/about.html>
- Instituto Goethe. (21/05/2007). <http://www.goethe.de>
- Instituto Italiano. (21/05/2007). <http://www.italicon.it>
- Junta de Andalucía.(12/02/2007). <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/>
- L'Avanç del País Valencià. (21/01/2006). <http://www.lavanc.com/lavanc/>
- La Verdad de Alicante. (24/08/2007). <http://www.laverdad.es/alicante/prensa/20070616/cultura>
- Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones. Bruselas. (17/01/2005). <http://www.ispo.cec.be/convergencegp>
- Media Contacts. (08/12/2007). <http://www.mediacontacts.com>
- Multistream. (23/02/2007). <http://www.multistream.tv>
- Noticias y tecnología para el mundo Mac. (09/12/2007). <http://www.faq-mac.com>
- Observatorio para la Cibersociedad. (12/03/2007). <http://www.cibersociedad.net/archivo>
- Paralela. Ensayo, teoría y crítica del arte contemporáneo. (18/01/2006). <http://www.accpa.org/>

³²⁴ Denominación del Sitio + fecha de consulta + dirección Web.

- Radio Televisión Valenciana. (15/05/2006 y más). <http://www.rtvv.es/documentacio>
- Revista Consumer. (25/07/2007).
<http://revista.consumer.es/web/es/20060401/actualidad>
- Revista de estudios de Comunicación Komunikazio Ikasketen Aldizkaria Abendua. (02/02/2006). <http://www.ehu.es/zer/numero7.htm>
- Revista Latina de Comunicación Social. (24/10/2006).
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>
- Siemens. Building the Unlimited Expressway. (25/04/2007).
http://www.w4.siemens.de/Ful/en/archiv/pof/heft2_02/artikel11/index.html
- Soluziona. Soluciones tecnológicas. (20/09/2007). <http://www.soluziona.es>
- Trivisión. (13/07/2007). <http://www.trivision.es>
- UNESCO. (15/03/2007). <http://www.unesco.org/culture/heritage>
- Unión de televisiones comerciales asociadas. (01/12/2007). <http://www.uteca.com/>
- Xip Multimedia. (13/04/2007). <http://www.xipmultimedia.com>

4.3. Anexos y tablas de datos

4.3.1. Tabla 1. Producciones culturales en TVV (1989-2007)

Año	Título	Producción	Categoría temática	Idioma	Nº cap	Durac
1989	FULLES GROGUES	TVV	Historia/biografía	V	52	45´
1990/92	ENQUADRES	TVV	Miscelánea arte/cultura/debate	V	77	50´
1992	LLUÍS VIVES, L'EUROPEU	TVV	Historia/biografía	V	1	52´
1994	VALENCIANS QUE FAN HISTÒRIA	TVV/Films Capital	Historia/biografía	V	13	30´
1994/96	L'ESFERA DE LA CULTURA	TVV	Miscelánea arte/cultura/debate	V	84	45´
1996	L'OMBRA DE L'ICEBERG	TVV/Dacsa Produccions	Historia/biografía	V	1	73´
1996/03	COLP D'ULL	TVV	Miscelánea arte/cultura/debate	V	293	40´
1996/01	UNA MÚSICA UN POBLE	Adi Producciones	Música	V	92	26´
1996	AUSIÀS MARCH	TVV/Diesel Comunicació/Parallèles Produccions	Historia/biografía	V	1	60´
1996	VIATGEM PER CASA	TVV/Aurea Documentary	Cultura	V	13	60´
1996	CRÒNIQUES DEL REI JAUME	TVV	Historia/biografía	V	1	25´
1997	LES FESTES	TVV	Cultura	V	27	25´
1998	VENT DE MAR	Universidad	Patrimonio	V/C	13	25´

		de Alicante	natural			
1998	MIRAR UN QUADRE	TVV/ La Joyosa Guarda	Arte pictórico	V/C	52	6´
1998	VIATJAR SENSE BILLET	Trivision S.L.	Cultura	V	13	26´
1998	DEL MONT A LA PLANA	TVV/Dordavi	Patrimoni natural	V/C	26	25´
1998	ELS DOMINIS DE LA MAR	Bluescreen	Patrimoni natural	V/C	13	25´
1999	VEUS I MÚSIQUES	Gabinete de Comunicaci3n Global	Música	V/C	13	25´
1999	TRENS VALENCIANS PER A LA MEMÒRIA	Visual Producciones	Historia/biografía	V/C	6	25´
1999	LES ARTÈRIES DE LA TERRA	Bluescreen	Patrimoni natural	V/C	13	25´
1999	DE VALÈNCIA A SANTIAGO	5 Films S.A.	Historia/biografía	V/C	5	25´
2000	LA CASA DE LA MIRADA	La Joyosa Guarda	Pintura/escultura Nuevas tendencias	V/C	13	10´
2000	MUSEOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA	TVV	Cultura	V	14	25´
2000	FORA DE SÈRIE	El Mundo TV	Historia/biografía	V/C	13	30´
2001	ARRELS	Malvarrosa Media	Cultura	V/C	37	70´
2001	MONUMENTS, HISTÒRIES VIVES	El Peix Nicolau	Cultura	V/C	13	30´

2002	LA FINESTRA INDISCRETA	Endora Producc S.L	Cultura	V/C	26	40´
2002	PREGUNTES AL TERCER MIL.LENNI	Trivision S.L.	Cultura	V/C	13	30´
2002	EXPLORADOR S DEL SEGLE XXI	TVV/ Bubo Films	Patrimonio natural	V	6	52´
2002	HISTÒRIES DE TEATRES	Adi Producciones	Teatro	V/C	13	25´
2002	CRÒNIQUES DE LA TERRA ENCANTADA	TVV/ Lugalbanda	Cultura	V	10	25´
2003	PARE TOÑO	General Video Productions	Historia/biografía	V/C	1	58´
2003	LA GUERRA DIBUIXADA	Visual Producciones	Historia/biografía	V/C	1	52´
2003	JORGE JUAN	Tabarka Media S.A.	Historia/biografía	V	3	60´
2003	LA VEU DE LA MEMÒRIA	TVV	Historia/biografía	V/C	1	45´
2003	AMBAIXADOR VICH	TVV	Historia/biografía	V	1	45´
2003	ELS CASTELLS EN EL TEMPS	TVV/Gran Manantial	Arquitectura	V/C	13	30´
2003	COM SÓN I COM SONEN	TVV/Astel	Música	V	13	30´
2003	CORONES DE VIDA	TVV/Visual Producciones	Historia/biografía	V/C	1	59´
2003	SOLARES (o de l'optimisme)	F.Culturale Edison	Arte pictórico	V/C	1	50´
2003	ELS CAMINS VALENCIANS DEL CÍSTER	TVV	Historia/biografía	V	1	30´
2004	QUI ÉS QUI	Mecomlys	Historia/biografía	V/C	13	26´

2004	VICENTIUS, EL TESTIMONI DE LA SANG	Akana Estudios	Historia/biografía	V	1	45'
2004	LA SIMFONIA DE LES GRUES	Estudios Tabalet	Música	V	1	40'
2004	MANUEL MONLEÓN, UN GRIT PEGAT A LA PARED	Los sueños de la hormiga roja S.L.	Arte pictórico	V/C	1	50'
2004	MAS DE FLORS	Multiprograma s S.L.	Arte pictórico	V/C	1	50'
2004	LA MEMÒRIA DE L'HORROR	El Maltés Producciones	Historia/biografía	V/C	2	52'
2004	DARRERE DEL TELÓ	Bluemoon P	Teatro	V/C	7	25'
2004	CONDEMNATS SENSE JUDICI	TVV/Kbza Líquida	Historia/biografía	C/V/I	1	50'
2004	FURTIUS DE LA HISTÒRIA	Dobledeu Produccions	Historia/biografía	V/C	26	9'
2004	DE FESTA, LA VESPRA	Hispanocine Prod.	Cultura	V/C	9	25'
2004	L'EDAT DAURADA	TVV/ Malvarrosa Media	Historia/biografía	V	26	9'
2004	ELS CAMINS DE CAVANILLES	TVV	Historia/biografía	V	1	41'
2005	DARRERE L'OMBRA DELS BORJA	Tabarka Media S.A	Historia/biografía	V/C	3	50'
2005	GAVARDA, CASC ANTIC	Gaia Audiovisuals S.L.	Historia/biografía	V/C	1	52'
2005	SOROLLA	TVV	Arte pictórico	V	1	25'
2005	L'ÒPERA DELS	TVV/Tornaveu	Ópera	V/C	1	50'

	3 PORQUETS					
2005	MERCATS	Hispanocine Prod	Cultura	V/C	13	30´
2005	AIGUA VIVA	TVV	Patr. natural	V	9	40´
2005	L´ESCENARI	TVV/Visual Producciones	Teatro	V	10	50´
2005	MÚSICA I LLOCS	Euromedia Prod.	Música	V/C	13	30´
2005	DIÀLEG ENTRE ABSENTS	Los sueños de la hormiga roja S.L.	Historia/biografía	V	1	54´
2005	CIENTÍFICS VALENCIANS	TVV/Tabarka Media S.A	Historia/biografía	V	6	25´
2005/07	ENCONTRES	TVV	Miscelánea arte/cultura/deba te	V	82	60´
2006	MEDITERRÀNE A SUB	Bluescreen	Patrimonio natural	V/C	13	25´
2006	PIANO PIANO	TVV/Createle Producciones	Música	V	29	40´
2006	SÍ A L´ÒPERA	TVV/Mogamb o producciones	Ópera	V	13	25´
2006	FINESTRA PÚBLICA	TVV/Endora Producciones S.L.	Arquitectura	V	13	30´
2006	THEATRICA	TVV	Teatro	V	14	10´
2006	CONSTANTÍ LLOMBART: L´ESCRIPTOR DE L´ANY	TVV	Historia/biografía	V	1	30´
2006	DE FESTA	Medusa Produccions	Cultura	V	26	26´
2006	LES CARTOIXES	Eme eme	Historia/biografía	V/C	13	25´

	VALENCIANES					
2007	LES PEDRES VIATGERES	TVV	Historia/biografía	V	1	59´
2007	UN CEL D'ÀNGELS	TVV	Historia/biografía	V	1	54´

Tabla 1 (elaboración propia)

- El año de producción, hace referencia a la fecha de finalización de la producción, que puede no coincidir con la fecha de emisión. Cuando una serie documental se mantiene durante largo tiempo en la rejilla de programación se especifica el año de inicio y de final de la misma.
- La producción, puede realizarse en régimen de producción propia de TVV, como coproducción indicándose por ejemplo *TVV/ Malvarrosa Media*, o únicamente como producción externa, por ejemplo *Medusa Produccions*.
- La categoría temática. Debido a la gran dificultad para catalogar por temas los documentales por la aparición de creaciones artísticas multidisciplinares sobre cultura, se han reconocidos los datos específicos de catalogación que constan según fuentes de TVV.
- Idioma, V (Valenciano), C (Castellano), I (Inglés).
- Nº capítulos, se ha considerado la totalidad de los capítulos, sin especificar las series.
- Duración, minutos totales netos por capítulo, desde la cabecera de entrada hasta el copyright final.

4.3.1. Tabla 2. *Enquadres (1990-1992)*

Nº. Fecha	PERSONAJE	C. TEMÁTICA	PROCEDENCIA	REPORTAJES
1-03/01/1990	Walter Evans	Fotógrafo	América del Norte	Fotografía
1	Alice Per Lindsay	Dir. Teatro	América del Norte	Teatro
1	Toni Domenech	Pintor	C.Valenciana	Pintura
1	R.Prince Spiritual	Fotógrafo	América del Norte	
2-10/01/1990	Dennis Hooper	Fotógrafo	América del Norte	Fotografía
2	Joaquim Michavila	Pintor	C.Valenciana	Pintura
2	Luis Gordillo	Pintor	Resto España	Cine
2	M.Paladino	Pintor	Europa	
2	Andy Warhol	Pintor	América del Norte	
2	Eduardo Arroyo	Pintor	Madrid	
2	Gudmundur Erró	Pintor	Europa	
2	F.Somoza	Pintor	Resto España	
2	P.Angermann	Pintor	Europa	
2	J.Knapp	Pintor	Europa	
2	Cecilia Bartome	Dir.Cine	C.Valenciana	
2	Man Ray	Fotógrafo	América del Norte	
3-17/01/1990	Juan Hidalgo	Artista Multidisciplinar	Resto España	Fotografía
3	Xesús Vázquez	Pintor	Resto España	Pintura
3	Zush	Artista Multidisciplinar	Cataluña	Dibujo
3	Miquel Navarro	Escultor	C.Valenciana	Música
3	Dis Berlin	Pintor	Resto España	Escultura
3	Gustavo Muñoz	Actor Cine	América del Sur	Cine
3	Equipo Límite	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
3	Guillermo Pérez	Escritor	Resto España	
3	Mireia Sentis	Fotógrafo	Cataluña	
3	América Sánchez	Fotógrafo	América del Sur	
3	Pepe Romero	Músico	Resto España	
3	Yehudi Menuhin	Dir.Orquesta	América del Norte	

3	Lorin Maazel	Dir.Orquesta	América del Norte	
3	Manuel V. Montalban	Escritor	Cataluña	
3	Pep Munne	Actor teatro	Cataluña	
3	Miquel Navarro	Escultor	C.Valenciana	
4-24/01/1990	Andre Malraux	Escritor	Europa	Literatura
4	Juan José Millás	Escritor	C.Valenciana	Dibujo
4	Diego Ruiz	Dibujante	Resto España	Cine
5	Fernando Trueba	Dir.Cine	Madrid	Música
5	Carles Santos	Músico	C.Valenciana	Dibujo
5	Manolo Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Fotografía
6-07/02/1990	Samuel Beckett	Escritor	Europa	Literatura
6	Jenaro Talens	Escritor	Resto España	
6	Rafa de Luis	Fotógrafo	?	
6	Vicente Ribes Iborra	Historiador	C.Valenciana	
7-14/02/1990	Sin datos			
8-22/02/1990	Sin datos			
9-01/03/1990	Sin datos			
10-08/03/1990	Sin datos			
11-15/03/1990	Sin datos			
12-21/03/1990	Sin datos			
13-29/03/1990	Sin datos			
14-05/04/1990	Pep Llopis	Músico	C.Valenciana	Música
14	Iván Zulueta	Dir.Cine	Resto España	Cine
14	Jose Luis Borau	Dir.Cine	Resto España	Pintura
14	Jean Helion	Pintor	Europa	Escultura
14	Ángeles Marco	Escultor	C.Valenciana	
14	Felipe Cazals	Dir.Cine	América del Sur	
15-12/04/1990	John Knecht	Realizador	América del Norte	Vídeo
15	Graf+ZYG	Realizador	Europa	
15	René Reitzema	Realizador	Europa	
15	Don Pasquella	Realizador	América del Norte	
15	Leo Schatzl	Realizador	Europa	

15	Christian Ernst	Realizador	América del Norte	
15	Taisuke Morishita	Realizador	Asia	
15	Jurg Egli	Realizador	Europa	
15	Mihokbarna	Realizador	Europa	
15	Ágeda Simó	Realizador	Resto España	
15	Soledad Castillo	Realizador	?	
15	Harmonia Carmona	Realizador	Cataluña	
15	Maite Ninou	Realizador	Cataluña	
15	Patricia Pastor	Realizador	C.Valenciana	
15	Chus Gutierrez	Realizador	Resto España	
15	Ana Barandiaran	Realizador	Resto España	
15	Arantza Lauziriva	Realizador	Resto España	
15	Isabel Herguera	Realizador	Resto España	
15	Maris Segarra	Realizador	Resto España	
15	Carmen López	Realizador	Resto España	
16-18/04/1990	César Cano	Compositor	C.Valenciana	Música
16	Ana Navarrete	Escultor	C.Valenciana	Escultura
16	Rodolf Sierra	Dir. Teatro	Resto España	Teatro
16	Vicente Rodes	Pintor	C.Valenciana	Pintura
17-26/04/1990	Carlos Marzal	Escritor	C.Valenciana	Literatura
17	Matta Exposades	Pintor	América del Sur	Dibujo
17	Jose Ramón Alcalá	Dibujante	Resto España	
17	Fernando Diez Canales	Dibujante	Resto España	
17	Chipi Garrido	Dibujante	Resto España	
18-02/05/1990	John Hopewell	Dir.Cine	Europa	Cine
18	Paulino Viota	Dir.Cine	Madrid	
18	Eloy de la Iglesia	Dir.Cine	Madrid	
19-09/05/1990	Rosangeles Valls	Coreógrafo	Cataluña	Danza
19	Peter Angermann	Pintor	Europa	Pintura
19	Milan Kunc	Pintor	Europa	Escultura
19	Jan Knap	Pintor	Europa	Música
19	Jordi Benito	Escultor	Cataluña	Fotografía

19	Phill Woods	Músico	América del Norte	
19	Gorka Duo	Fotógrafo	Resto España	
2016/05/1990	Sin datos			
21-23/05/1990	Margarita Ariza	Escultor	América del Sur	Escultura
21	Sergi Belbel	Dir. Teatro	C. Valenciana	Teatro
21	Charo Marín	Pintor	C. Valenciana	Pintura
21	Jose Luis Guerín	Dir. Cine	América del Sur	Cine
21	Jean-Luc Godard	Dir. Cine	Europa	
21	Andrei Tarkovski	Dir. Cine	Europa	
22-30/05/1990	Jaime Blanch	Actor Cine	Madrid	Teatro
22	Joaquin Hinojosa	Dir. Cine	Madrid	Pintura
22	Guillermo Heras	Actor Cine	Madrid	Cine
23-06/06/1990	Allan McCollum	Artista Multidisciplinar	América del Norte	Pintura
23	Ferran Torrent	Escritor	C. Valenciana	Literatura
23	Montserrat Roig	Escritor	Cataluña	
24-13/06/1990	Sin datos			Música
25	Mercedes Pin	Realizador	C. Valenciana	Vídeo
25	Ángela Molina	Realizador	C. Valenciana	Pintura
25	Manuel Saez	Pintor	C. Valenciana	
25	Luis de Pablo	Músico	Resto España	
25	Manuel de Gorriz	Escultor	Resto España	
25	J. Antonio Orts	Músico	C. Valenciana	
25	El Hortelano	Pintor	C. Valenciana	
26-27/06/1990	Michael Nyman	Compositor	Europa	Danza
26	Gracel Meneu	Coreógrafo	C. Valenciana	Fotografía
26	Richard Price	Fotógrafo	América del Norte	
27-04/03/1991	Laszlo Moholy-Nagy	Artista Multidisciplinar	Europa	Fotografía
27	Jim McBride	Dir. Cine	América del Norte	Pintura
27	Andreu Alfaro	Pintor	C. Valenciana	Escultura
27	Juan José Estelles	Pintor	C. Valenciana	
27	Jacinta Gil	Pintor	C. Valenciana	
28-11/03/1991	Koldo Chamoro	Fotógrafo	América del Sur	Fotografía

28	Emilio Martínez	Pintor	Resto España	Pintura
28	Enriqueta Carballeira	Actor teatro	Madrid	Teatro
29-18/03/1991	Richard Hamilton	Pintor	América del Norte	Pintura
29	Lewis Hine	Fotógrafo	América del Norte	Fotografía
29	Carmen Gracia	Historiador del Arte	C.Valenciana	Música
29	Micharmut	Dibujante	C.Valenciana	Dibujo
29	Herb Geller	Músico	Europa	
30-25/03/1991	Carlo Maria Giulini	Músico	Europa	Cine
30	Cristina Grau	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Pintura
31	Carlo Salvadorés	Arquitecto	Europa	
31	Salomón Guggenheim	Artista Multidisciplinar	América del Norte	
32-08/04/1991	Carlos Pérez Ferrer	Escritor	Madrid	Literatura
32	Marta Graham	Coreógrafo	Europa	Danza
32	Graham Green	Escritor	América del Norte	
33-15/04/1991	Tony Cantany	Fotógrafo	Cataluña	Fotografía
33	Pepe Romero	Escultor	C.Valenciana	Pintura
33	Joan Brossa	Pintor	Cataluña	Teatro
33	Tomás Llorens	Historiador del Arte	C.Valenciana	
33	Amparo Rivelles	Actor teatro	Madrid	
33	Alberto Closas	Actor teatro	Cataluña	
33	Hector Alterio	Actor teatro	América del Sur	
33	Jose Luis Gómez	Dir. Teatro	Resto España	
34-22/04/1991	Oliver Stone	Dir. Cine	América del Norte	Cine
34	Heiner Blum	Artista Multidisciplinar	Europa	Pintura
34	Julio Le Parc	Pintor	América del Sur	Literatura
34	Raúl Ruiz	Dir. Cine	América del Sur	
34	Juan José Millás	Escritor	Madrid	
34	Alejandro Gandara	Escritor	Madrid	

35-29/04/1991	Miguel Ángel Conejero	Escritor	C.Valenciana	Marionetas
35	Eduardo Alonso	Dir.Teatro	Resto España	Teatro
35	Jack Clayton	Dir.Cine	América del Norte	Cine
36-06/05/1991	Jack Clayton	Dir.Cine	América del Norte	Pintura
36	Julio Mitchel	Fotógrafo	Resto España	Cine
36	Luis Massoni	Pintor	C.Valenciana	Fotografía
36	Jean Dieuzaide	Fotógrafo	Europa	Literatura
36	Rafael Armengol	Pintor	C.Valenciana	
36	Josep Vanaclocha	Pintor	C.Valenciana	
36	Paquita Aleixandre	Escritor	C.Valenciana	
36	Vicente Muñoz Puelles	Escritor	C.Valenciana	
36	Carles Marco	Escritor	Resto España	
37-13/05/1991	Jiri Belholavek	Músico	Europa	Pintura
37	Miquel Barceló	Pintor	Resto España	Música
37	M ^a del Mar Bonet	Músico	Resto España	
37	Salvador Soria	Escultor	C.Valenciana	
37	The Luthiers	Músico	América del Sur	
38-20/05/1991	Lost Generation	Dir.Cine	Resto España	Teatro
38	Peter Haigh	Artista Multidisciplinar	Europa	Cine
38	Paco Llacer Plá	Dir.Teatro	C.Valenciana	Pintura
38	Paco Corell	Escultor	C.Valenciana	
38	Xarxa Teatre	Dir.Teatro	C.Valenciana	
39-27/05/991	James Rosenquist	Pintor	América del Norte	Pintura
39	Marcelo diaz	Pintor	Resto España	Música
39	Lluís Llach	Músico	Cataluña	Poesía
39	Manolo Gil	Pintor	C.Valenciana	
39	Leo Ferrer	Poeta	Europa	
40-03/06/1991	Equipo Límite	Pintor	C.Valenciana	Música
40	Ramón Gaya	Pintor	Resto España	Pintura
40	Louie Bellson	Actor Cine	América del Norte	
40	Ignacio Carrión	Escritor	Resto España	
40	Rafael Tormo	Artista	Resto España	

		Multidisciplinar		
40	Kiri Te Kanawa	Músico	Oceania	
41-10/06/1991	Innisfree	Cantante	América del Norte	Pintura
41	Maureen Ohara	Actor Cine	Europa	Comic
41	Manolo Valdés	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Teatro
41	Francesc Michavila	Profesor	C.Valenciana	Cine
41	Manel Gimeno	Dibujante	C.Valenciana	Música
41	Paco Mir	Actor Cine	Cataluña	
41	Antonio Ferrandis	Actor Cine	C.Valenciana	
41	Raf Vallone	Actor Cine	Europa	
42-17/06/1991	Joan Genoves	Pintor	C.Valenciana	Pintura
42	Felipe Garín	Historiador del Arte	C.Valenciana	Literatura
42	M.H.Mompó	Pintor	C.Valenciana	Literatura
42	Terence Moix	Escritor	Cataluña	
42	Ripollés	Pintor	C.Valenciana	
43-17/09/1991	Gonzalo Suarez	Dir.Cine	Resto España	Cine
43	Torres García	Pintor	América del Sur	Fotografía
43	Agustí Centelles	Fotógrafo	C.Valenciana	Literatura
43	Cerdán Tato	Escritor	C.Valenciana	
43	Johnattan Demme	Dir.Cine	América del Norte	
44-24/09/1991	Eugene Atget	Fotógrafo	Europa	Escultura
44	Andreu Alfaro	Pintor	C.Valenciana	Pintura
44	Torres García	Pintor	América del Sur	
45-01/10/1991	Tom Otterness	Escultor	América del Norte	Música
45	Cristobal Halffter	Compositor	Madrid	Pintura
45	Jean Pierre Bertrand	Escritor	Europa	Escultura
45	Ana Miralles	Pintor	Cataluña	Literatura
45	Rafael Armengol	Pintor	C.Valenciana	
46-08/10/1991	Anton Lamazares	Pintor	Resto España	Música
46	Antonio Segura	Guionista	C.Valenciana	Cine
47-15/10/1991	Luis Fernandez	Escritor	C.Valenciana	Cine

47	Michavila	Pintor	C.Valenciana	Pintura
47	Juan Gil Albert	Escritor	C.Valenciana	Literatura
47	García Ibañez	Escultor	C.Valenciana	
48-22/10/1991	Enric Valor	Escritor	C.Valenciana	Literatura
48	Rafael Alberti	Escritor	Resto España	Pintura
48	Valentí Figueres	Pintor	C.Valenciana	
48	Sixto Marco	Pintor	C.Valenciana	
49-29/10/1991	Toni Domenech	Pintor	C.Valenciana	Pintura
49	Luis Claret	Músico	Cataluña	Música
49	Eusebio Sempere	Pintor	C.Valenciana	
50-05/11/1991	Javier Poncela	?	?	Cine
50	Alan Rudolph	Dir.Cine	América del Norte	
51-12/11/1991	Montserrat Roig	Escritor	Cataluña	Literatura
51	Yves Montand	Músico	Europa	Música
51	Hans Hartung	Pintor	Europa	Pintura
51	Manolo Valdés	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Fotografía
51	Horacio Silva	Pintor	C.Valenciana	
51	Julia Gutierrez Caba	Actor Cine	Madrid	
51	Josep V. Monzó	Fotógrafo	C.Valenciana	
52-19/11/1991	Mariano Mayol	Pintor	Resto España	Cine
52	Moma Teatre	Teatro	C.Valenciana	Teatro
52	Sixto Marco	Pintor	C.Valenciana	
53-26/11/1991	Baselitz	Artista Multidisciplinar	Europa	Cine
53	Lars Von Trier	Dir.Cine	Europa	
53	Gustavo Muñoz	Actor Cine	América del Sur	
54-03/12/1991	Hector Alterio	Actor teatro	América del Sur	Cine
54	Julieta Serrano	Actor Cine	América del Sur	Pintura
54	John Heartfield	Fotógrafo	Europa	Escultura
54	Rafael Canogar	Pintor	C.Valenciana	Fotografía
54	Gilberto Zorio	Escultor	Europa	
54	Manuel Rufo	Pintor	Resto España	
54	Joan Genoves	Pintor	C.Valenciana	

55-10/12/1991	Alberto Greco	Fotógrafo	América del Sur	Fotografía
55	Toto Frima	Fotógrafo	Europa	Pintura
55	Paco Soler	Pintor	Resto España	
55	Claudia Busching	Fotógrafo	Europa	
55	Ernest Furió	Grabador	C.Valenciana	
56-17/12/1991	Carelman	Artista Multidisciplinar	Europa	Música
56	Enriqueta Hueso	Pintor	C.Valenciana	Pintura
56	Perico Sambeat	Músico	C.Valenciana	Música
57-07/01/1992	Javier Calvo	Escritor	Cataluña	Pintura
57	Eduardo Arroyo	Pintor	Madrid	Dibujo
57	Camelot	Dibujante	?	
57	Gregori Bromera	Editor	C.Valenciana	
58-14/01/1992	Antonio de Felipe	Pintor	C.Valenciana	Pintura
58	Ettore Sottsass	Diseñador	Europa	Arquitectura
58	José Gandía Casimiro	Coreógrafo	C.Valenciana	Danza
58	Victor Ullate	Coreógrafo	Resto España	Diseño
58	J. Ramón G. Castejón	Pintor	C.Valenciana	Cine
58	Pilar Miro	Dir.Cine	Madrid	
59-04/02/1992	Santiago Sempere	Bailarín	C.Valenciana	Danza
59	Cesc Gelabert	Bailarín	C.Valenciana	Música
59	Pep Llopis	Músico	C.Valenciana	Pintura
59	Alejandro Gornemann	Pintor	Resto España	Cine
59	Zush	Artista Multidisciplinar	Cataluña	Teatro
59	Rafael Calduch	Pintor	C.Valenciana	
59	Marcel Oms	Historiador de Cine	Europa	
59	Enric Alfons	Pintor	C.Valenciana	
59	Rafael Calatayud	Dir.Teatro	C.Valenciana	
60-11/02/1992	Aki Kaurismaki	Dir.Cine	Europa	Cine
60	Vicente Martínez	Escultor	C.Valenciana	Escultura

60	Jordi Sebsatià	Periodista	Cataluña	Danza
60	Susana Solano	Escultor	Cataluña	Fotografía
60	Patricia López	Coreógrafo	Cataluña	
61-18/02/1992	Dona Nua	Escultor	Cataluña	Escultura
61	Manuel Saez	Pintor	C.Valenciana	Pintura
61	Gerardo Sigler	Escultor	C.Valenciana	Fotografía
61	Mavi Escamilla	Pintor	C.Valenciana	
61	Carmen Berenguer	Escritor	América del Sur	
61	Anzo	Pintor	C.Valenciana	
61	Rafael Armengol	Pintor	C.Valenciana	
61	Carmen Grau	Escultor	Cataluña	
61	Sebastià Miralles	Pintor	C.Valenciana	
61	Cristina Alabau	Escultor	C.Valenciana	
61	Mau Monleón	Pintor	C.Valenciana	
61	Luis Albelda	Pintor	C.Valenciana	
61	Jordi Teixidor	Pintor	Cataluña	
61	Rafael Tormo	Artista Multidisciplinar	Resto España	
61	Andreu Alfaro	Pintor	C.Valenciana	
61	Georges Lappas	Escultor	Europa	
61	Cristina García Rodero	Fotógrafo	Resto España	
62-25/02/1992	Elia Kazan	Dir.Cine	América del Norte	Cine
62	Tony Cragg	Escultor	Europa	Escultura
62	Nassio Bayarri	Escultor	C.Valenciana	Dibujo
62	Jose Carlos Plaza	Escenógrafo	Madrid	
62	Daniel Torres	Dibujante	C.Valenciana	
63-10/03/1992	Erter	Diseñador	Europa	Pintura
63	Manolo Valdés	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Escultura
63	Ricardo Cadenas	Pintor	Resto España	Literatura
63	Carmen Alborch	Político	C.Valenciana	Música
63	Julio Gonzalez	Escultor	Cataluña	
63	Equipo Crónica	Artista	C.Valenciana	

		Multidisciplinar		
63	Guillem Jordi Graells	Escritor	Cataluña	
63	Josep Montanyes	Escritor	Cataluña	
63	Javier Darias	Compositor	C.Valenciana	
64-17/03/1992	Francesc Adrià Cucarella	Escritor	C.Valenciana	Pintura
64	Jordi Botella	Escritor	Cataluña	Fotografía
64	Tani Mikkonenn	Pintor	Europa	Teatro
64	Jesús Ciscar	Fotógrafo	C.Valenciana	Cine
64	Els Comediants	Teatro	Cataluña	Escultura
64	Allen Jones	Pintor	América del Norte	
64	Hermanos Cohen	Dir.Cine	América del Norte	
64	Martin Scorsese	Dir.Cine	América del Norte	
64	Manuel Enriquez	Compositor	C.Valenciana	
64	Manuel Boix	Escultor	C.Valenciana	
65-24/03/1992	Miquel Navarro	Escultor	C.Valenciana	Escultura
65	Woody Allen	Dir.Cine	América del Norte	Cine
65	Juan José Campanella	Dir.Cine	América del Sur	Pintura
65	Lawrence Kasdan	Dir.Cine	América del Norte	
65	Enric Solbes	Pintor	C.Valenciana	
65	Jose María Yturralde	Pintor	C.Valenciana	
66-31/03/1992	Pep Cortes	Actor teatro	C.Valenciana	Teatro
66	Jaume Bordera	Dir.Teatro	C.Valenciana	Música
66	Enric Benavent	Dir.Teatro	C.Valenciana	
66	Germa Montaner	Actor teatro	C.Valenciana	
66	Bambalina Titelles	Teatro	C.Valenciana	
66	Rafael Calatayud	Dir.Teatro	C.Valenciana	
66	Quique Benlloch	Dir.Teatro	C.Valenciana	
66	Nel.lo Vilanova	Dir.Teatro	C.Valenciana	
66	Rafael Álvarez (Brujo)	Actor teatro	Resto España	
66	Manuel Molins	Dir.Teatro	C.Valenciana	

66	Lauro Olmo	Dir.Teatro	Resto España	
66	Carles Sevilla	Escenógrafo	Madrid	
66	Josep Simo	Escenógrafo	C.Valenciana	
66	Manuel Zurriaga	Esceno	C.Valenciana	
66	Grupo La Cuadra	Teatro	Resto España	
66	Pep Llopis	Músico	C.Valenciana	
66	Jose Carlos Plaza	Escenógrafo	Madrid	
66	Els Comediants	Teatro	Cataluña	
66	Companyia Catalana Gags	Teatro	Cataluña	
67-07/04/1992	Jordi Teixidor	Pintor	Cataluña	Pintura
67	Jorge Castillo	Pintor	Madrid	Fotografía
67	Arthur Tress	Fotógrafo	América del Norte	Teatro
67	Thomas Brenner	Fotógrafo	Europa	
67	Viso Alemany	Pintor	Europa	
67	Santos Iñurrieta	Pintor	Resto España	
67	Grup Mandrágora	Teatro	América del Sur	
68-14/04/1992	J.O.N.D.E.	Músico	C.Valenciana	Música
68	Edmon Colomer	Dir.Orquesta	C.Valenciana	Pintura
68	Luis Maco	Pintor	Resto España	Literatura
68	Natividad Bermejo	Pintor	Resto España	Teatro
68	Enzo Cucchi	Pintor	Europa	
68	Cecil Payne	Músico	América del Norte	
68	Miquel Mas Ferra	Escritor	C.Valenciana	
68	Vicent Josep Escarti	Escritor	C.Valenciana	
68	Carles Castillo	Actor teatro	C.Valenciana	
69-21/04/1992	Jaime Gimenez de Haro	Pintor	C.Valenciana	Teatro
69	Leandre Escamilla	Dir.Teatro	C.Valenciana	Fotografía
69	Nel.lo Vilanova	Dir.Teatro	C.Valenciana	Escultura
69	Grup Artefacto	Fotógrafo	C.Valenciana	Música
69	Pao Martí	Dir.Teatro	C.Valenciana	Pintura
69	Victor Ciscar	Dir.Teatro	C.Valenciana	
69	Juan Muñoz	Escultor	C.Valenciana	

69	Capella de Ministers	Músico	C.Valenciana	
69	Antoni Miró	Pintor	C.Valenciana	
70-05/05/1992	Alberto Breccia	Dibujante	Resto España	Dibujo
70	Lothar Baumgarten	Artista Multidisciplinar	Europa	Cine
70	Joan Ramón G. Castejón	Pintor	C.Valenciana	Pintura
70	Guinovart	Artista Multidisciplinar	Cataluña	
70	André Delvaux	Dir.Cine	Europa	
71-12/05/1992	Dario Fo	Escritor	Europa	Literatura
71	Pere Ribera	Pintor	C.Valenciana	Pintura
71	Arthur Aguilar	Escultor	C.Valenciana	Escultura
71	Joaquim Camp	Pintor	Cataluña	Música
71	Jaume Rocamora	Pintor	Resto España	
71	Rogelio López Cuenca	Pintor	Resto España	
71	César Cano	Compositor	C.Valenciana	
71	Juan Luis Martínez	Músico	C.Valenciana	
72-19/05/1992	Ferrán García-Sevilla	Pintor	C.Valenciana	Pintura
72	Tricycle	Teatro	Cataluña	Teatro
72	Mavi Escamilla	Pintor	C.Valenciana	Escultura
72	Josep Monleón	Dir.Teatro	C.Valenciana	Cine
72	Joam Rom	Escultor	Cataluña	
72	Lluis Sirera	Dir.Teatro	C.Valenciana	
73-26/05/1992	David Lynch	Dir.Cine	América del Norte	Cine
73	Juan Fresan	Artista Multidisciplinar	América del Sur	Pintura
73	Antonio Gadea	Pintor	C.Valenciana	Escultura
73	Isidro Blasco	Escultor	C.Valenciana	Literatura
73	Fuencisca Francés	Pintor	C.Valenciana	Música
73	Manuel Ángel Conejero	Escritor	C.Valenciana	

73	M ^a José Maldonado	Pintor	Resto España	
73	Horacio Rodriguez	Dir.Orquesta	C.Valenciana	
74-09/06/1992	Rosangeles Valls	Coreógrafo	Cataluña	Danza
74	Roberto Cabot	Pintor	América del Norte	Pintura
74	Vinicio Momoli	Pintor	Europa	Cine
74	Vassily Todorovski	Dir.Cine	Europa	Música
74	David Lynch	Dir.Cine	América del Norte	
74	Bertrand Tavernier	Dir.Cine	Europa	
74	Amand Blanquer	Músico	C.Valenciana	
75-13/06/1992	José Quero	Pintor	C.Valenciana	Pintura
75	Alexander Calder	Escultor	América del Norte	Escultura
75	José Luis Guerín	Dir.Cine	América del Sur	Cine
75	Els Joglars	Teatro	Cataluña	Teatro
75	Albert Boadella	Dir.Teatro	Cataluña	
76-16/06/1992	Valle-Inclan	Escritor	Resto España	Literatura
76	Georges Grosz	Pintor	Europa	Pintura
76	Oyvind Fahlstrom	Pintor	Europa	Música
76	Eliseo Blay	Realizador	C.Valenciana	
76	Ximo Amigó	Pintor	C.Valenciana	
76	Carles Cano	Escritor	C.Valenciana	
76	Pasqual Alapont	Escritor	C.Valenciana	
76	Carles Santos	Músico	C.Valenciana	
77-30/06/1992	Joan Puchades	Dibujante	C.Valenciana	Música
	Mariscal	Diseñador	C.Valenciana	Diseño
	Arthur Heras	Pintor	C.Valenciana	Dibujo
	Julia León	Músico	Madrid	
	Anahory-Librowicz	Músico	Europa	

Tabla 2 (elaboración propia)

4.3.2. Tabla 3. *L'esfera de la cultura (1994-1996)*

Nº/FECHA	PERSONAJE	C. TEMÁTICA	PROCEDENCIA	REPORTAJES
1-24/01/1994	L.G.Berlanga	Dir.Cine	C.Valenciana	Cine
1	J.Semprun	Escritor	Madrid	Literatura
1	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
1	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
1	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
2-31/01/1994	Magüi Mira	Actor teatro	C.Valenciana	Literatura
2	J.L.García Sánchez	Dir.Cine	Resto España	Teatro
2	J.José Millás	Escritor	C.Valenciana	
2	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
3-10/02/1994	Vicent Ventura	Escritor	C.Valenciana	Arte Contemporáneo
3	Soledad Sevilla	Pintor	C.Valenciana	
3	Reyes Juan	Periodista	C.Valenciana	
3	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
3	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
3	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
4-17/02/1994	J.F.Yvars	Crítico artistico	C.Valenciana	Cine
4	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Arte Contemporáneo
4	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Literatura
4	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
5-24/02/1994	Manolo Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Danza
5	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Pintura
5	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	Literatura
5	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
5	Reyes Juan	Periodista	C.Valenciana	
6-03/03/1994	J.M. Riera de Leyva	Escritor	Resto España	Cine
6	Michael Nyman	Compositor	Europa	Música
6	Pedro Almodovar	Dir.Cine	Resto España	Literatura
6	Salvador Távora	Dir.Teatro	Resto España	

6	Carlos Heredero	Historiador de Cine	Resto España	
6	R.Muñoz Suay	Dir.Cine	C.Valenciana	
6	Juan A. Bardem	Dir.Cine	Madrid	
6	L.G.Berlanga	Dir.Cine	C.Valenciana	
6	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
6	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
6	Reyes Juan	Periodista	C.Valenciana	
6	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
7-10/03/1994	Leandre Escamilla	Dir.Teatro	C.Valenciana	Fotografía
7	Pasqual Arrufat	Actor teatro	C.Valenciana	Teatro
7	Lupe Clemente	Actor teatro	C.Valenciana	Literatura
7	Pere Martínez	Actor teatro	C.Valenciana	
7	Salvador Soria	Pintor	C.Valenciana	
7	Albert Boadella	Dir.Teatro	Catalunya	
7	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
7	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
8-17/03/1994	Josep Ginestar	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Arte Contemporáneo
8	Eduardo Arroyo	Pintor	Madrid	Pintura
8	Mario Benedetti	Escritor	América del Sur	Cine
8	Lluis Romero	Escritor	Catalunya	Teatro
8	Jordi Botella	Pintor	C.Valenciana	Diseño
8	Reyes Juan	Periodista	C.Valenciana	
8	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
8	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
8	Vicent G. Cervera	Escritor	Resto España	
8	El Gran Wyomin	Presentador TV	Madrid	
9-24/03/1994	Giuletta Massina	Actor Cine	Europa	Cine
9	Mario Benedetti	Escritor	América del Sur	Poesía
9	Francesc Colomer	Político	C.Valenciana	Teatro
9	Rafael Álvarez	Actor teatro	Resto España	
9	Nuria Espert	Actor teatro	Catalunya	
9	Mª García Liberós	Escritor	C.Valenciana	
9	Juli Leal	Actor teatro	C.Valenciana	
9	Cristina García	Actor teatro	C.Valenciana	

9	Cristina Fenollar	Actor teatro	C.Valenciana	
9	Empar Ferrer	Actor teatro	C.Valenciana	
9	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
9	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
9	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
10-7/04/1994	Loreena McKennit	Músico	América del Norte	Teatro
10	Carles Blazquez	Pintor	C.Valenciana	Música
10	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	Pintura
10	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Opera
10	Reyes Juan	Periodista	C.Valenciana	
10	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
10	Amand Blanquer	Músico	C.Valenciana	
11-14/4/1994	Luis A. De Villena	Escritor	Madrid	Literatura
11	Francesc Jarque	Fotógrafo	C.Valenciana	Cine
11	Fernando Colomo	Dir.Cine	Madrid	Pintura
11	Diana Bloch	Artista Multidisciplinar	Europa	Teatro
11	Edith Sont	Artista Multidisciplinar	Europa	Fotografía
11	Lindsay Kemp	Artista Multidisciplinar	Europa	
11	Núria Moreno	Actor teatro	Resto España	
12-21/4/1994	Ramon Gaya	Pintor	Resto España	Pintura
12	Vicente Molina Foix	Escritor	C.Valenciana	Opera
12	José Jurado	Poeta	Resto España	Literatura
12	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	Fotografía
12	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Teatro
12	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
13-28/4/1994	Manuel Vicent	Escritor	C.Valenciana	Fotografía
13	Win Wenders	Dir.Cine	Europa	Cine
13	Tomás Gutierrez Alea	Dir.Cine	América del Sur	Literatura
13	Andreu Alfaro	Escultor	C.Valenciana	Escultura
13	Miguel Alberola	Periodista	C.Valenciana	Literatura
13	Vicent Marti	Escritor	C.Valenciana	
13	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	

13	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
14-5/5/1994	Pere Duch	Editor	C.Valenciana	Literatura
14	Josep Palomero	Escritor	C.Valenciana	
14	Isabel Clara Simó	Escritor	C.Valenciana	
14	Josep Gregori	Editor	C.Valenciana	
14	Eduardo Alonso	Dir.Teatro	Resto España	
14	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
14	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
14	Victor Orenga	Editor	C.Valenciana	
14	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	
14	Jorge Herralde	Editor	C.Valenciana	
15-12/5/1994	Jaime de Armiñan	Escritor	Madrid	Fotografía
15	Manuel Bienvenida	Torero	Resto España	Pintura
15	Santiago Campello	Pintor	C.Valenciana	Cine
15	Mathilde Monnier	Dir.Teatro	Europa	
15	Manuel G. Pereira	Dir.Cine	Madrid	
15	Antonio Resines	Actor Cine	Resto España	
15	Imanol Arias	Actor Cine	Resto España	
15	Juanjo Puigcorbe	Actor Cine	Catalunya	
15	Mª Luisa Ponte	Actor Cine	Madrid	
15	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
15	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
15	Luis Gasca	Escritor	Resto España	
15	Fernando Rey	Actor teatro	Resto España	
15	Antonio Banderas	Actor Cine	Resto España	
15	Carmen Maura	Actor Cine	Madrid	
16-19/5/1994	Ana Miralles	Pintor	Catalunya	Comic
16	Hermann Pitz	Artista Multidisciplinar	Europa	Pintura
16	Francis Riuz	Escritor	Resto España	Teatro
16	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Literatura
16	Nicolás Sánchez	Filósofo	C.Valenciana	Fotografía
16	José Miguel Cortes	Escritor	C.Valenciana	
16	Lydia Arenos	Periodista	C.Valenciana	
16	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	

17-26/5/1994	Salvador Soria	Pintor	C.Valenciana	Pintura
17	J.F.Yvars	Crítico artistico	C.Valenciana	Danza
17	Roman de la Calle	Crítico artistico	C.Valenciana	Música
17	Pablo Ramirez	Crítico artistico	C.Valenciana	
17	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
17	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
17	Gonzalo Suarez	Dir.Cine	Resto España	
18-1/6/1994	Enric Valor	Escritor	C.Valenciana	Fotografía
18	Joaquín Calormarde	Escritor	C.Valenciana	Literatura
18	Elena Ximenez	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Cine
18	César Simón	Poeta	C.Valenciana	Pintura
18	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
18	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
18	Augusto Roa Bastos	Escritor	América del Sur	
19-8/6/1994	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
20-16/6/1994	Derek Walcott	Poeta	América del Sur	Pintura
20	Rafael Sabater	Dir.Cine	C.Valenciana	Escultura
20	Pedro J. de la Peña	Crítico Literario	Resto España	Cine
20	Amadeu Fabregat	Periodista	C.Valenciana	Literatura
20	M ^a Irene Beneyto	Político	C.Valenciana	
20	Gabriel Axel	Dir.Cine	Europa	
20	Josep Piera	Poeta	C.Valenciana	
20	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
20	Silvia Sempere	Pintor	C.Valenciana	
20	Evarist Navarro	Escultor	C.Valenciana	
20	Gerardo Sigler	Escultor	C.Valenciana	
21-23/6/1994	Pedro J. de la Peña	Crítico Literario	Resto España	Música
21	Jordi Savall	Músico	Catalunya	Teatro
21	Jean Le Gac	Pintor	Europa	Literatura
21	Philip Glass	Músico	América del Norte	Cine

21	Luciano Berriatua	Historiador	Madrid	
21	Toni Albalat	Periodista	C.Valenciana	
21	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
21	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
21	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
21	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	
21	Miquel Fanyanas	Escritor	Catalunya	
22-30/6/1994	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	Pintura
22	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	Literatura
22	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Fotografía
22	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
22	Antonio Albalat	Poeta	C.Valenciana	
22	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
22	Joan Cavallé	Escritor	Catalunya	
22	Joan Antoni Toledo	Pintor	C.Valenciana	
23-20/10/1994	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
24-26/10/94	Carles Santos	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Teatro
24	Salvador Soria	Pintor	C.Valenciana	Pintura
24	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	Literatura
24	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
24	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
24	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
24	Ramón Guillem	Escritor	C.Valenciana	
25-2/11/94	Manuel Talens	Escritor	Resto España	Teatro
25	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Música
25	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	Pintura
25	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Literatura
25	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
26-9/11/94	Horacio Silva	Pintor	C.Valenciana	Pintura
26	Manuel Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Literatura
26	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
2716/11/94	Vicente Aranda	Dir.Cine	Catalunya	Cine
27	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Pintura

27	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
27	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
27	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
28-23/11/94	Ferran Cremades	Escritor	C.Valenciana	Cine
28	Francisco Nieva	Dir.Teatro	Resto España	
28	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
28	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
28	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
28	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
28	Kristof Piesiewicz	Dir.Cine	Europa	
29-30/11/94	Joaquim Michavila	Pintor	C.Valenciana	Fotografía
29	Juan Rulfo	Fotógrafo	América del Sur	Pintura
29	Jordi Vicent	Fotógrafo	C.Valenciana	Literatura
29	Josep Vicent Monzó	Fotógrafo	C.Valenciana	
29	Cristina G ^a Roderó	Fotógrafo	Resto España	
29	Ángeles Caso	Escritor	Resto España	
29	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
29	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
29	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
29	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
30-7/12/94	Robert Saladrigas	Escritor	Catalunya	Literatura
30	Joaquim Company	Historiador del Arte	C.Valenciana	Pintura
30	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Literatura
30	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
30	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
30	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
31-14/12/94	Eliseu Climent	Editor	C.Valenciana	Literatura
31	Enric Marín	Escritor	C.Valenciana	Fotografía
31	Joan Manuel Tresserras	Escritor	Catalunya	
31	Victor Batallé	Escritor	Catalunya	
31	Jaume Creus	Escritor	Catalunya	
31	Antoine Saint Exupery	Escritor	Europa	

31	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
31	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
31	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
31	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
31	Liliana Capo	Editor	C.Valenciana	
31	Lluis Andrés	Editor	C.Valenciana	
32-21/12/94	Carmen Calvo	Pintor	C.Valenciana	Pintura
32	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Música
32	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
32	Gonzalo Badenes	Compositor	C.Valenciana	
32	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
32	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
33-11/01/95	Ferran Torrent	Escritor	C.Valenciana	Literatura
33	Mark di Suvero	Escultor	América del Norte	Escultura
33	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Pintura
33	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Fotografía
33	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
33	Enric Chenovart	Fotógrafo	C.Valenciana	
33	Georges Braque	Pintor	Europa	
33	Carme Vidal	Pintor	C.Valenciana	
33	Gonzalo Badenes	Compositor	C.Valenciana	
33	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
34-18/01/95	Ignacio Carrión	Escritor	Resto España	Literatura
34	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Pintura
34	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
34	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	
34	Gonzalo Badenes	Compositor	C.Valenciana	
34	Germano Celant	Crítico artístico	Europa	
35-25/01/95	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	Literatura
35	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Fotografía
35	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
35	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
35	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	

35	Gabriel Cualladó	Fotógrafo	C.Valenciana	
36-1/02/95	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Danza
36	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	Pintura
36	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
36	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
36	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
36	Pilar Pedraza	Historiador del Arte	C.Valenciana	
37-8/02/95	Miquel Barceló	Pintor	Resto España	Pintura
37	Cildo Meireles	Artista Multidisciplinar	América del Sur	
37	Pepe Azorín	Pintor	C.Valenciana	
37	Joan Genovés	Pintor	C.Valenciana	
38-15/02/95	Doro Balaguer	Escritor	C.Valenciana	Literatura
38	Marcelo Diaz	Dir.Teatro	América del Sur	Fotografía
38	Pere Ribera	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Pintura
38	Amparo Lacruz	Músico	C.Valenciana	Música
38	Alain Campos	Pintor	C.Valenciana	Teatro
38	Paco Rangel	Fotógrafo	C.Valenciana	
38	Pere Rambla	Escritor	C.Valenciana	
38	Bernardo A. Ferrero	Dir.Orquesta	C.Valenciana	
38	Pere Tantiña	Dir.Teatro	Catalunya	
38	Eduardo Galeano	Escritor	América del Sur	
38	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
38	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
38	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
38	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
39-22/02/95	Manuel Molins	Escritor	C.Valenciana	Cine
39	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	Literatura
39	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
39	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
39	Rafa Mari	Periodista	C.Valenciana	
39	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
39	Manuel Gutierrez Aragón	Dir.Cine	Resto España	

39	José Luis Saldaña	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
39	L.G.Berlanga	Dir.Cine	C.Valenciana	
40-1/03/95	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
41-8/03/95	Amparo Carbonell	Pintor	C.Valenciana	Pintura
41	Pasqual Gómez	Pintor	C.Valenciana	
41	Isabel Oliver	Pintor	C.Valenciana	
41	Olga Freixas	Pintor	C.Valenciana	
41	Arthur Heras	Pintor	C.Valenciana	
41	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
41	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
41	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
41	Antoni Albalat	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
41	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
42-15/03/95	Manuel Gutierrez Aragón	Dir.Cine	Resto España	Cine
42	Sebastiao Salgado	Fotógrafo	América del Sur	Fotografía
42	Pilar Sala	Pintor	América del Sur	Pintura
42	Ulla Enevoldsen	Artista Multidisciplinar	Europa	
42	Josep Guinovart	Pintor	Catalunya	
42	Andrés Vicente Gómez	Productor Cine	Madrid	
42	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
42	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
42	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
42	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
42	Ovidi Montllor	Cantante	C.Valenciana	
43-22/03/95	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
44-29/03/95	Soledad Puertolas	Escritor	Resto España	
44	Antonio Pradas Montoya	Periodista	C.Valenciana	
44	César Mateu Beltrán	Periodista	C.Valenciana	
44	Ángel Sánchez Domenech	Periodista	C.Valenciana	
44	Carles Alfaro	Dir.Teatro	C.Valenciana	

44	Juli Cantó	Actor teatro	C.Valenciana	
44	Gloria Sirvent	Actor teatro	Resto España	
44	Alfred Picó	Actor teatro	C.Valenciana	
44	Luis Sorolla	Pintor	C.Valenciana	
45-5/04/95	Miquel Calatayud	Dibujante	C.Valenciana	Pintura
45	Manuela Ballester	Pintor	C.Valenciana	Literatura
45	Concha Prada	Fotógrafo	Resto España	Cine
45	Eduardo Arroyo	Pintor	Madrid	Fotografía
45	Franc Planas	Productor Cine	C.Valenciana	
45	Jesús del Cerro	Dir.Cine	Madrid	
45	Les Luthiers	Músico	América del Sur	
45	Antonio Albalat	Poeta	C.Valenciana	
45	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
45	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
45	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
45	Antonio Sempere	Periodista	C.Valenciana	
46-19/04/95	Rafael Chirbes	Escritor	C.Valenciana	Literatura
46	Serge Lemoine	Crítico artistico	Europa	Pintura
46	Joan Moreno	Pintor	Resto España	
46	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
46	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
46	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
46	Antonio Albalat	Poeta	C.Valenciana	
47-26/04/95	Francisco Brines	Poeta	C.Valenciana	Teatro
47	Carlos Arniches	Dir.Teatro	C.Valenciana	Fotografía
47	Ana Teresa Ortega	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Literatura
47	Josep Benlloch	Fotógrafo	C.Valenciana	
47	Vicente García Cervera	Crítico artistico	C.Valenciana	
47	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
47	Antonio Albalat	Poeta	C.Valenciana	
47	Peter Berling	Escritor	Europa	
48-3/05/95	Isabel Clara Simó	Escritor	C.Valenciana	Pintura
48	Ana Peters	Pintor	C.Valenciana	Literatura

48	Fernando Zobel	Pintor	Asia	
48	Pep Moreno	Editor	C.Valenciana	
48	Gabriel Herranz	Editor	C.Valenciana	
48	Mario Muchnik	Editor	América del Sur	
49-10/05/95	Anzo	Pintor	C.Valenciana	Pintura
49	Manolo Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Cine
49	Rafael Armengol	Pintor	C.Valenciana	Teatro
49	Pepe Martí	Actor Cine	Resto España	
49	Jorge de Juan	Artista Multidisciplinar	Resto España	
49	Felipe Vega	Dir.Cine	Resto España	
49	Jordi Pessarrodona	Actor teatro	Catalunya	
49	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
49	Antonio Albalat	Poeta	C.Valenciana	
49	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
49	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
50-17/05/95	Josep Piera	Poeta	C.Valenciana	Literatura
50	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Cine
50	Antonio Albalat	Poeta	C.Valenciana	
50	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
50	German Montaner	Actor Cine	C.Valenciana	
50	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
51-5/07/95	Bernardo Atxaga	Escritor	Resto España	Literatura
51	Matt Mullican	Artista Multidisciplinar	América del Norte	Cine
51	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
51	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	
51	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
51	Azucena Rodriguez	Dir.Cine	Madrid	
51	Penélope Cruz	Actor Cine	Madrid	
51	Cristina Marcos	Actor Cine	Catalunya	
52-7/07/95	José Nieto	Compositor	Madrid	Música
52	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Literatura
52	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	

52	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	
2ª ETAPA				
53-11/10/95	José Nieto	Compositor	Madrid	Música
53	R.Ventura Melià	Periodista	C.Valenciana	Literatura
53	J.Lluis Segui	Escritor	Catalunya	
53	A.Vergara	Periodista	C.Valenciana	Cine
54-18/10/95	Tippi Hedren	Actor Cine	América del Norte	Pintura
54	Silvia Pinal	Actor Cine	América del Sur	
54	Vicent Escrivá	Dir.Cine	C.Valenciana	
55-31/10/95	Antonio Llorens	Crítico artístico	C.Valenciana	Cine
55	Pedro Costa	Dir.Cine	Catalunya	
55	Jenaro Talens	Poeta	Resto España	
55	Carles Pérez Ferré	Dir.Cine	Madrid	
56-07/11/95	Sami Nair	Filósofo	Europa	Cine
56	Alex de la Iglesia	Dir.Cine	Madrid	Pintura
56	Eliseo Subiela	Dir.Cine	América del Sur	Literatura
56	Ceesepe	Dibujante	Madrid	
56	Arthur Heras	Pintor	C.Valenciana	
56	Jordi Mata	Escritor	Catalunya	
56	Josep Gregori	Editor	C.Valenciana	
56	Vicent Pascual	Escritor	Madrid	
56	Xavier Durán	Escritor	Catalunya	
56	Pedro Ruíz	Profesor	C.Valenciana	
57-14/11/95	Silvia Coppola	Dir.Teatro	América del Norte	Fotografía
57	Rosa Olivares	Crítico artístico	Madrid	Escultura
57	Josep Fontdemora	Crítico artístico	C.Valenciana	Cine
57	Antonio Galvez	Fotógrafo	Europa	
57	Josep Vicente Monzó	Fotógrafo	C.Valenciana	
57	Juan Manuel Bonet	Escritor	C.Valenciana	
57	J.M. Molina Ciges	Pintor	C.Valenciana	
57	Rafael Calduch	Pintor	C.Valenciana	
58-21/11/95	Alfonso Sastre	Actor teatro	Madrid	Literatura

58	Edward Nilson	Dir. Teatro	América del Norte	Teatro
58	Vicky Lagos	Actor teatro	Madrid	Cine
58	José Tomé	Dir. Teatro	Resto España	Pintura
58	Agustín Díaz Yañez	Dir. Cine	Madrid	
58	Luis Prades	Pintor	C. Valenciana	
58	Jaume Pérez Montaner	Escritor	C. Valenciana	
58	Francesc Puigpelat	Escritor	Catalunya	
58	Vicent Faust	Escritor	C. Valenciana	
58	Albert Hauf	Filólogo	Catalunya	
58	Antoni Ferrando	Historiador del Arte	C. Valenciana	
58	Jesús Villalmanzo	Documentalista	C. Valenciana	
58	Vicent Martínez	Filólogo	C. Valenciana	
59-28/11/95	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
60-5/12/95	Michel Camino	Músico	América del Sur	Música
60	Rafael Fruhbeck de Burgos	Dir. Orquesta	Resto España	Literatura
60	Vicent Genovés	Dir. Teatro	C. Valenciana	Teatro
60	Carme Belloch	Actor teatro	C. Valenciana	
60	José Montesinos	Actor teatro	Resto España	
60	Toni Pastor	Técnico Audiovisual	C. Valenciana	
60	Carles Alberola	Actor teatro	C. Valenciana	
60	Vicent Aguilera Cerni	Crítico artístico	C. Valenciana	
60	Vicent Álvarez	Escritor	Resto España	
60	Ramón de Soto	Escultor	C. Valenciana	
60	Xavier Casp	Escritor	C. Valenciana	
60	Arcadi García Sanz	Jurista	C. Valenciana	
60	Ramón Cardo	Músico	C. Valenciana	
60	Ximo Tebar	Músico	C. Valenciana	
60	Jordi Vila	Músico	Catalunya	
60	Felipe Cucciardi	Músico	Resto España	

61-12/12/95	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
62-19/12/95	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
63-26/12/95	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
64-2/01/96	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
65-9/01/96	Paco Mir	Actor teatro	Catalunya	Cine
65	Carles Sants	Actor teatro	Catalunya	Teatro
65	Joan Gracia	Actor teatro	Catalunya	Literatura
65	Lydia Bosch	Dir.Teatro	Catalunya	Fotografía
65	Antonio Valdivieso	Pintor	Resto España	Pintura
65	Jordi Mila	Dir.Teatro	Catalunya	
65	Estrellita Verdiales	Actor teatro	Catalunya	
65	Ximo Puig	Político	C.Valenciana	
65	Xulio Ricardo Trigo	Escritor	Resto España	
65	Joao Fernandez	Crítico artistico	Resto España	
65	Juan Manuel Bonet	Escritor	C.Valenciana	
65	Joan Simó	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
65	Mario Gas	Dir.Teatro	C.Valenciana	
66-16/01/96	J.L.García Sánchez	Dir.Cine	Resto España	Cine
66	Iciar Bollain	Actor Cine	Resto España	Teatro
66	Montse Sánchez	Coreógrafo	C.Valenciana	Danza
66	Ramón Baeza	Dir.Orquesta	Resto España	Pintura
66	Gerd Albrecht	Dir.Orquesta	Europa	Fotografía
66	Jaume Policarpo	Dir.Teatro	C.Valenciana	
66	Humberto Rivas	Fotógrafo	América del Sur	
67-23/1/96	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
68-30/1/96	Jordi Sabater Pi	Profesor	Catalunya	Escultura
68	Joan Cardells	Pintor	C.Valenciana	Pintura
68	Rafael Armengol	Pintor	C.Valenciana	Cine
68	Manuel Sáez	Pintor	C.Valenciana	Danza
68	Marion Hansel	Dir.Cine	Europa	
68	Enrique Pallás	Productor Cine	C.Valenciana	
68	Manel Chaques	Coreógrafo	C.Valenciana	
68	Rosa Ángel Valls	Coreógrafo	C.Valenciana	

68	Oscar Dasi	Coreógrafo	C.Valenciana	
69-7/02/96	Pep Plans	Actor teatro	Catalunya	Teatro
69	Ángel Bassas	Actor teatro	Catalunya	Danza
69	Mar Gómez	Bailarín	Catalunya	Pintura
69	Manel Chaques	Coreógrafo	C.Valenciana	Cine
69	Margarita Balí	Coreógrafo	América del Sur	Literatura
69	Alvaro de la Peña	Coreógrafo	Resto España	Música
69	Olga Soto	Coreógrafo	Resto España	
69	Chus Gutierrez	Dir.Cine	Resto España	
69	Amara Carmona	Actor Cine	Resto España	
69	Pedro Alonso	Actor Cine	Resto España	
69	Albert Hauf	Filólogo	Catalunya	
69	Victor Mansanet	Escritor	C.Valenciana	
69	Manolo Miralles	Músico	C.Valenciana	
69	Vicent Torrent	Músico	C.Valenciana	
70-21/2/96	Ana Belén	Actor Cine	Madrid	Cine
70	Vicente Aranda	Dir.Cine	Catalunya	Pintura
70	Alain Manzano	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Patrimonio Artístico
70	Arthur Heras	Pintor	C.Valenciana	
70	Vicent Estall	Arqueólogo	C.Valenciana	
70	Mariano Barroso	Dir.Cine	Catalunya	
70	Javier Bardem	Actor Cine	Resto España	
70	Federico Lupi	Actor Cine	América del Sur	
7128/2/96	Carlos Gramaje	Actor teatro	Catalunya	Música
71	Miquel Periel	Actor teatro	Catalunya	Danza
71	Plans Mont	Actor teatro	Catalunya	Teatro
71	Juan Manuel Bonet	Escritor	C.Valenciana	Pintura
71	Albert Hauf	Filólogo	Catalunya	
71	Damon Albarn	Artista Multidisciplinar	Europa	
71	Pedro Sambeat	Músico	C.Valenciana	
72-6/3/96	L.G.Berlanga	Dir.Cine	C.Valenciana	Cine
72	Manuel Muñoz	Crítico artístico	C.Valenciana	Pintura
72	Federico Montañana	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Música

72	Fillol Roig	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Poesia
72	Juan Barberá	Pintor	C.Valenciana	
72	Mont Plans	Actor teatro	Catalunya	
72	Hugo Mujica	Poeta	América del Sur	
72	Pep Cortes	Dir.Teatro	C.Valenciana	
72	Xavi Mira	Actor teatro	Catalunya	
72	Neus Agulló	Actor teatro	Catalunya	
73-13/3/96	Gloria Fabuel	Cantante	C.Valenciana	Pintura
73	J.L. Ruiz del Puerto	Músico	Resto España	Fotografía
73	Josep Grau Garriga	Pintor	Catalunya	Teatro
73	Llorenç Gimenez	Poeta	C.Valenciana	
73	Boke Bazán	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
73	Carlos Cano	Escritor	Resto España	
73	Federico Martín Nebras	Escritor	Resto España	
73	Paco Muñoz	Cantante	C.Valenciana	
73	Joan Manuel Gisbert	Escritor	Catalunya	
74-20/3/96	Vicente Saez	Coreógrafo	C.Valenciana	Danza
74	Gerardo Rueda	Pintor	Madrid	Pintura
75-27/3/96	Mª del Mar Bonet	Cantante	Resto España	Música
75	Gloria Sirvent	Actor teatro	Resto España	Teatro
75	Manuel Ochoa	Actor teatro	C.Valenciana	Literatura
75	Marisol Limiñana	Actor teatro	C.Valenciana	
75	Pepe Miravete	Dir.Teatro	C.Valenciana	
75	Albert Plá	Actor teatro	Catalunya	
75	Mario Gas	Dir.Teatro	C.Valenciana	
75	Vicent Gisbert	Actor teatro	C.Valenciana	
75	Gloria Muñoz	Actor teatro	C.Valenciana	
75	Juan José Otegui	Actor Cine	Resto España	
75	Vicente Diez	Actor teatro	C.Valenciana	
75	Rosana Pastor	Actor Cine	C.Valenciana	
76-3/4/96	Alfred Ayza	Filólogo	C.Valenciana	Literatura

76	Vicent Romans	Filólogo	C.Valenciana	Pintura
76	Juan Pablo Ruiz	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	Teatro
76	Ángela Sanz	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
76	Miguel Ángel Anaya	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana	
76	Anna Monsó	Pintor	C.Valenciana	
76	Magüi Mira	Actor teatro	C.Valenciana	
76	Silvia Marsó	Actor Cine	Catalunya	
76	Gerardo Rueda	Pintor	Madrid	
76	Tomás Llorens	Historiador del Arte	C.Valenciana	
76	Consuelo Ciscar	Político	C.Valenciana	
76	Serge Fauchereau	Historiador del Arte	Europa	
77-10/4/96	Luis Guridi	Dir.Teatro	Madrid	Cine
77	Santiago Aguilar	Dir.Teatro	Madrid	Pintura
77	Carlos de Gabriel	Actor Cine	Resto España	Fotografía
77	Josep Fontdemora	Crítico artistico	C.Valenciana	Literatura
77	Catherine Deneuve	Actor Cine	Europa	
77	Jean Paul Belmondo	Actor Cine	Europa	
77	Gerardo Herrero	Dir.Cine	Madrid	
77	Ariadna Gil	Actor Cine	Catalunya	
78-17/4/96	Carles Alfaro	Dir.Teatro	C.Valenciana	Pintura
78	Joaquin Hinojosa	Dir.Teatro	Madrid	Música
78	Anzo	Pintor	C.Valenciana	Cine
78	José Duarte	Pintor	Resto España	
78	Agustín Ibarrola	Pintor	Resto España	
78	Eduardo Úrculo	Pintor	Resto España	
78	Joan Manuel Serrat	Cantante	Catalunya	
78	Vicente Aranda	Dir.Cine	Catalunya	
78	Victoria Abril	Actor Cine	Madrid	
78	Ariadna Gil	Actor Cine	Catalunya	
79-25/4/96	Eduardo Zamanillo	Actor teatro	Resto España	Teatro
79	Amparo Mayor	Actor teatro	Resto España	Literatura
79	Alfred Picó	Actor teatro	C.Valenciana	Pintura

79	José Ramón Pérez	Actor teatro	Resto España	Música
79	Isabel Coixet	Dir.Cine	Catalunya	
79	Carlos Cano	Escritor	Resto España	
80-2/5/96	Daniel Viglietti	Actor teatro	América del Sur	Literatura
80	Mario Benedetti	Escritor	América del Sur	Teatro
80	Ester Alabor	Actor teatro	Resto España	Pintura
80	José Montesinos	Actor teatro	Resto España	Danza
80	Ramón García Alcazar	Crítico artistico	Resto España	
80	Micaela Torres	Coreógrafo	C.Valenciana	
80	Gerard Collins	Coreógrafo	Europa	
80	Gerard Mccallion	Coreógrafo	Europa	
81-9/5/96	Enric Benavent	Dir.Teatro	C.Valenciana	Teatro
81	Ximo Solano	Actor teatro	C.Valenciana	Cine
81	Consol Soler	Actor teatro	C.Valenciana	Pintura
81	Joan Raga	Dir.Teatro	C.Valenciana	Literatura
81	Albedo Compagnie	Dir.Teatro	Europa	
81	Ana Alvarez	Actor Cine	Resto España	
81	Neus Asensi	Actor Cine	Catalunya	
81	Alvaro Fernández Armero	Dir.Cine	Madrid	
81	Vicente Verdú	Escritor	C.Valenciana	
81	Petra Timmer	Crítico artistico	Europa	
82-16/5/96	Toni Miso	Actor teatro	C.Valenciana	Teatro
82	Manolo Ochoa	Actor teatro	C.Valenciana	Pintura
82	Paul Weibel	Dir.Teatro	Europa	
82	Carles Alberola	Actor teatro	C.Valenciana	
82	Carles Sanjaime	Actor teatro	C.Valenciana	
82	Pepa Miralles	Actor teatro	C.Valenciana	
82	Alfred Picó	Actor teatro	C.Valenciana	
82	Álvaro Báguena	Actor teatro	C.Valenciana	
82	Margarita Tupitsyn	Crítico artistico	Europa	
82	Carles Pons	Dir.Teatro	C.Valenciana	
83-23/5/96	Carmelo Gómez	Actor Cine	Resto España	Cine

83	Julio Medem	Dir.Cine	Resto España	Literatura
83	Antonio Gala	Escritor	Resto España	
83	José María Ganzemüller	Dir.Cine	Europa	
83	Pepe Isbert	Actor Cine	Madrid	
84-30/5/96	Neus Agulló	Actor teatro	Catalunya	Teatro
84	Xavi Mira	Actor teatro	Catalunya	Pintura
84	Jordi Botella	Pintor	C.Valenciana	Literatura
84	Manuel Ochoa	Actor teatro	C.Valenciana	
84	Toni Miso	Actor teatro	C.Valenciana	
84	Juan Luis Mira	Dir.Teatro	C.Valenciana	
84	Carles Pons	Dir.Teatro	C.Valenciana	
84	Chema Cardeña	Actor teatro	Resto España	
84	Jordi Peidró	Actor teatro	C.Valenciana	
84	Miquel Peidró	Pintor	C.Valenciana	
84	J.M.Guerricabeitia	Crítico artistico	C.Valenciana	
84	Octavio Paz	Escritor	América del Sur	
84	Raúl Riebenbauer	Periodista	C.Valenciana	

Tabla 3, (elaboración propia)

4.3.3. Tabla 4. *Colp d'ull (1996-2003)*

Nº Fecha	PERSONAJE	C. TEMÁTICA	PROCEDENCIA	REPORTAJES
1- 17/10/1996	Manuel Valdés	Pintor	C.Valenciana	Pintura
	J.Luis García Sánchez	Dir.Cine	Resto España	Literatura
	Manuel Vicent	Escritor	C.Valenciana	Cine
	G.Cabrera Infante	Escritor	América del Sur	Diseño
	Lluís Andrés	Editor	C.Valenciana	
	Erik Satie	Compositor	Europa	
	Ana Alvarez	Actor Cine	Resto España	
	Karra Elejalde	Actor Cine	Resto España	
	Xavier Faus	Diseñador	Catalunya	
	Manuel Vila	Diseñador	?	
2- 14/11/1996	Terela Pavez	Actor Cine	Resto España	Música
	Penélope Cruz	Actor Cine	Madrid	Pintura
	Candela Peña	Actor Cine	Catalunya	Literatura
	Noa	Cantante	Europa	Danza
	Alex Katz	Pintor	América del Norte	
	Fernando Schwartz	Escritor	Europa	
	Vicente Sáez	Coreógrafo	C.Valenciana	
	Zush	Pintor	Catalunya	
	Julio Bustamante	Músico	C.Valenciana	
3-5/12/1996	Nancho Novo	Actor Cine	Resto España	Música
	Van Morrison	Músico	América del Norte	Cine
	Rosa Regás	Escritor	Catalunya	Literatura
	Miquel Beltrán	Dibujante	?	Dibujo
	Gore Vidal	Escritor	América del Norte	
	Grup Amores	Músico	C.Valenciana	
4-9/01/1997	Tonino Guitián	Periodista	C.Valenciana	Teatro
	El Micalet	Teatro	C.Valenciana	Fotografía
	Joan Peris	Pintor	Catalunya	

	El Niño Gusano	Músico	Resto España	
	Horacio Coppola	Fotógrafo	América del Sur	
	Pistolo	A.Multidisciplinar	C.Valenciana	
	Rafael Alvarez	Actor Teatro	Resto España	
5- 13/02/1997	Manuel V.Montalbán	Escritor	Catalunya	Literatura
	Javier Rioyo	Escritor	Resto España	Fotografía
	Alberto Adsuara	Fotógrafo	C.Valenciana	
	Josep Piera	Escritor	C.Valenciana	
6- 20/03/1997	Peter Greenaway	Dir.Cine	Europa	Cine
	Fran Fernández	Músico	Resto España	Música
	Paco Loco	Músico	Resto España	Literatura
	Francisco Casavella	Escritor	Catalunya	
	J.Antonio Orts	Compositor	C.Valenciana	
7- 03/04/1997	The Prodigy	Músico	Europa	Música
	Jordi Savall	Músico	Catalunya	Arquitectura
	Frederick Kiesler	Arquitecto	Europa	Literatura
	Andrés Trapiello	Escritor	Resto España	
8- 01/05/1997	Javier Vargas	Cantante	Madrid	Literatura
	Kazuo Ishiguro	Escritor	Asia	Poesía
	Carmen Calvo	Pintor	C.Valenciana	Teatro
	Jose Hierro	Poeta	Madrid	
	Joan Segalés	Actor Teatro	Catalunya	
	Joan Faneca	Actor Teatro	Catalunya	
9- 05/06/1997	Antonio Canales	Bailarin	Resto España	Danza
	Philippe Starck	Diseñador	Europa	Diseño
	Carles Castillo	Actor Teatro	C.Valenciana	Teatro
	Carles Montoliu	Actor Teatro	C.Valenciana	Literatura
	Junot Diaz	Escritor	América del Sur	
10- 03/07/1997	Chick Corea	Músico	América del Norte	Música

	Yoko Ono	A.Multidisciplinar	América del Norte	Literatura
	Mario Benedetti	Escritor	América del Sur	
11- 14/08/1997	Matthew Sweet	Músico	América del Norte	Música
	Rob Brown	Músico	América del Norte	
	Sean Booth	Músico	América del Norte	
	Tom Rowland	Músico	Europa	
	Ed Simons	Músico	Europa	
	Margaret Fiedler	Cantante	Europa	
	Guy Fixen	Cantante	Europa	
	Neil Codling	Músico	América del Norte	
	Brett Anderson	Músico	Europa	
	Maria Padilla	Cantante	Resto España	
	Sean Eden	Músico	América del Norte	
	Justin Harwood	Músico	América del Norte	
	Dean Wareham	Músico	América del Norte	
12- 04/09/1997	Daniel Calparsoro	Dir.Cine	Catalunya	Música
	Alfredo Villa	Actor Cine	Resto España	Cine
	Najwa Nimri	Actor Cine	Resto España	Diseño
	Juanjo Conca	Diseñador	C.Valenciana	
	Vicente Marzal	Diseñador	C.Valenciana	
	Marta Sebestyen	Cantante	Europa	
13- 10/10/1997	Antonio Carmona	Cantante	Madrid	Música
	Juan Carmona	Cantante	Europa	Fotografía
	William Klein	Fotógrafo	América del Norte	Literatura
	Eduardo Terol	Compositor	C.Valenciana	
	Javier Santacreu	Compositor	C.Valenciana	
	Manuel Hidalgo	Escritor	Resto España	
14- 06/11/1997	Julian Schnabel	Dir.Cine	América del Norte	Cine
	Chavela Vargas	Cantante	América del Sur	Música
	Quim Larrea	Diseñador	Resto España	Fotografía
	Dean Wareham	Músico	América del Norte	Diseño

	Francesc Jarque	Fotógrafo	C.Valenciana	
	Bigas Luna	Dir.Cine	Catalunya	
15- 04/12/1997	Simon Fowler	Cantante	Europa	Música
	Damon Michavilla	Cantante	?	Cine
	Maribel Verdú	Actor Cine	Madrid	Literatura
	Emilio Martínez Lazaro	Dir.Cine	Madrid	
	Fernando Ramallo	Actor Cine	Madrid	
	Joan Brosa	Poeta	Catalunya	
	Josep Franco	Escritor	C.Valenciana	
	Martí Domínguez	Escritor	C.Valenciana	
	Jordi Molla	Actor Cine	Catalunya	
	Jean Baudrillard	Filósofo	Europa	
16- 22/01/1998	Adrià Puntí	Cantante	Catalunya	Música
	Paul Thomas Anderson	Actor Cine	América del Norte	Cine
	Carmen Calvo	Pintor	C.Valenciana	Literatura
	Jimi Tenor	Cantante	C.Valenciana	Danza
	Tory Dobrin	Bailarin	América del Norte	
	Joan Brosa	Poeta	Catalunya	
17- 05/02/1998	Toni Mira	Coreógrafo	Catalunya	Danza
	Pedro Berdayes	Coreógrafo	América del Sur	
	Mónica Runde	Coreógrafo	Madrid	
	Mar Gómez	Coreógrafo	Resto España	
	Marta Carrasco	Coreógrafo	Catalunya	
18- 12/03/1998	Javier Krahe	Cantante	Madrid	Música
	Dis Berlin	Pintor	Resto España	Pintura
	Antoni Tapies	Pintor	Catalunya	
	Mischa Maisky	Músico	Europa	
19- 09/04/1998	Chano Lobato	Cantante	Resto España	Música
	Chano Ramirez	Músico	Madrid	Literatura
	Vicente Muñoz Puelles	Escritor	C.Valenciana	

	Manuel Talens	Escritor	Resto España	
20- 07/05/1998	Antonio Gades	Coreógrafo	C.Valenciana	Danza
	Arundhati Roy	Escritor	Asia	Literatura
	Jay-Jay Johansson	Cantante	Europa	Música
21- 04/06/1998	Pierre et Gilles	Fotógrafo	Europa	Fotografía
	Carlos Jean	Cantante	Resto España	Música
	Najwa Nimri	Cantante	Resto España	Pintura
	Pepe Vives	Pintor	Resto España	Cine
	Pepe Romero	Pintor	C.Valenciana	
	Amadeo Peñalver	Pintor	C.Valenciana	
	Carmen Navarrete	Fotógrafo	C.Valenciana	
	Alex Francés	Fotógrafo	C.Valenciana	
	Theo Angelopoulos	Dir.Cine	Europa	
22- 02/07/1998	Kevin Smith	Dir.Cine	América del Norte	Cine
	Fele Martínez	Actor Cine	C.Valenciana	Dibujo
	Raúl Ruiz	Dir.Cine	América del Sur	
	José Giovanni	Dir.Cine	Europa	
	Fernando Carrión	Dibujante	C.Valenciana	
	José Luis Rado	Periodista	C.Valenciana	
23- 06/08/1998	Marisa Monte	Cantante	América del Sur	Música
	Grup Cinexin	Dir.Cine	Resto España	Cine
	Deeder	Cantante	Europa	
	Pandit G	Cantante	Europa	
24- 03/09/1998	María del Mar Bonet	Cantante	Resto España	Música
	Conxa Barmesela	Diseñador	C.Valenciana	Diseño
	Lola Genovés	Diseñador	C.Valenciana	Filosofía
	Grup Cinexin	Dir.Cine	Resto España	
	Javier Echavarría	Filósofo	Resto España	
	Sven Vath	Músico	Europa	
25-	Fernando L. de Aranoa	Dir.Cine	Madrid	Cine

04/10/1998				
	Placebo	Músico	Madrid	Músico
	Terry Winters	Pintor	América del Norte	Literatura
	Juan José Millás	Escritor	C.Valenciana	Mimo
	Abel Guarinos	Mimo	C.Valenciana	
	Cristophe Preinville	Mimo	América del Norte	
	Davis Ottone	Dir.Teatro	Madrid	
	Perico Sambeat	Músico	C.Valenciana	
26- 01/11/1998	Isabel Coixet	Dir.Cine	Catalunya	Cine
	Monica Belluci	Actor Cine	Europa	Música
	Olalla Moreno	Actor Cine	Catalunya	Pintura
	Neil Hannon	Cantante	Europa	Literatura
	Jesús Martínez Oliva	Pintor	Resto España	
	Helen Fielding	Guionista	Europa	
	Pepin Tre	Actor Cine	Resto España	
27- 03/12/1998	Joan Montanyes	Actor Teatro	Catalunya	Perfomance
	Jordi Martínez	Actor Teatro	Catalunya	Teatro
	Ferran Torrent	Escritor	C.Valenciana	Literatura
	Ramón Oller	Coreógrafo	Catalunya	Danza
	Nekane Aramburu	A.Multidisciplinar	Resto España	
	Fausto Grossi	Performe	Europa	
28- 24/01/1999	Manuel V. Montalbán	Escritor	Catalunya	Literatura
	Julia Gominelli	Músico	Resto España	Música
	Vicent Riera	Músico	C.Valenciana	Teatro
	José A. Serrano	Músico	C.Valenciana	Danza
	Josep María Pou	Actor Teatro	Catalunya	
	Irene Montala	Actor Teatro	Catalunya	
	Rosangels Valls	Coreógrafo	C.Valenciana	
	Cracel Meneu	Bailarin	C.Valenciana	
	Rosa Ribes	Bailarin	C.Valenciana	
	Josep María Mestres	Dir.Teatro	Catalunya	
	Feliu Formosa	Actor Teatro	Catalunya	

	Teresa de la Torre	Actor Teatro	Catalunya	
29- 02/02/1999	Toni Payá	Dibujante	C.Valenciana	Dibujante
	José Merce	Cantante	Resto España	Música
	Vicente Amigó	Músico	Resto España	Teatro
	Vicente Diez	Actor Teatro	Resto España	Literatura
	Pere Ponce	Actor Teatro	Catalunya	
	Elena Anaya	Actor Teatro	Resto España	
	Enrique Alcides	Actor Teatro	Resto España	
	Jaime Romo	Escritor	Resto España	
30- 14/03/1999	Alez Katz	Pintor	América del Norte	Pintura
	Palazuelo	Pintor	Madrid	Música
	Juan (El Lebrijano)	Cantante	Resto España	Filosofía
	J.A. Marina	Filósofo	Resto España	Literatura
	Matthew Stewart	Filósofo	Europa	
	Juan Claudio Cienfuentes	Periodista	Europa	
	Randy Weston	Músico	América del Norte	
31- 11/04/1999	Alix García	Fotógrafo	Madrid	Fotografía
	Victoria Combalia	Escritor	Catalunya	Literatura
	Adam&Jennifer	Cantante	América del Norte	Música
	Matthew Stewart	Filósofo	Europa	
32- 02/05/1999	Goran Bregovic	Músico	Europa	Músico
	Ferrán Adriá	Cocinero	Catalunya	Cocina
	Miquel Gil	Músico	C.Valenciana	Literatura
	Amin Maalouf	Escritor	Europa	
	Natacha Atlas	Cantante	Europa	
33- 20/06/1999	Carles Santos	Compositor	C.Valenciana	Música
	Juan Madrid	Escritor	Resto España	Literatura
	Rosa Montero	Escritor	Madrid	Teatro
	Barry Seven	Músico	Europa	Cine

	Ann Shenton	Músico	Europa	
	Marta Belenguer	Actor Teatro	C.Valenciana	
	Ata Gomis	Actor Teatro	C.Valenciana	
	Arturo Ripstein	Dir.Cine	América del Sur	
	Paz Garciadiego	Escritor	América del Sur	
34- 04/07/1999	Alejandro Saez	Diseñador	C.Valenciana	Diseño
	Carme Miquel	Escritor	C.Valenciana	Literatura
	David Doppioni	Escultor	Europa	Música
	Lluís Llach	Cantante	Catalunya	
35- 29/08/1999	Mariano Barroso	Dir.Cine	Catalunya	Cine
	Eduard Fernández	Actor Cine	Catalunya	Música
	Ernesto Alterio	Actor Cine	América del Sur	Literatura
	Enric Soria	Poeta	C.Valenciana	
	Sara González	Cantante	América del Sur	
	Marta Campos	Cantante	América del Sur	
	Anabel	Cantante	América del Sur	
	María Liuba	Cantante	América del Sur	
	Cheb Mami	Músico	Asia	
36- 05/09/1999	José Luis Berlanga	Dir.Cine	C.Valenciana	Cine
	Nuria Amat	Escritor	Catalunya	Literatura
	Josep Vicent Monzó	Fotógrafo	C.Valenciana	Fotografía
	Agnes Sire	Fotógrafo	Europa	
	Oswaldo Baratucci	Fotógrafo	América del Sur	
	Ignasi Mora	Escritor	C.Valenciana	
37- 03/10/1999	David Bowie	Cantante	Europa	Música
	Miquel Navarro	Escultor	C.Valenciana	Literatura
	Tomás Llorens	Historiador del Arte	C.Valenciana	Escultura
	Juan Manuel Bonet	Historiador del Arte	C.Valenciana	
	Pedro Casals	Escritor	Catalunya	
	Nakodje	Músico	Europa	
	Kiki Bocande	Cantante	África	

38- 14/11/1999	Mario Gas	Dir.Cine	América del Sur	Cine
	Ángela Castilla	Actor Cine	C.Valenciana	Fotografía
	Michel Houellebecq	Escritor	Europa	
	Miguel Bardem	Dir.Cine	Madrid	
	Concha Prada	Fotógrafo	Resto España	
39- 07/12/1999	Ángela Molina	Dir.Cine	C.Valenciana	Cine
	Laurent Mignonneau	A.Multidisciplinar	Europa	Música
	Nicola Sani	Compositor	Europa	
	Marcel.li Antúnez	A.Multidisciplinar	Catalunya	
	Bis	Músico	América del Sur	
	Ariane Ascaride	Dir.Cine	Europa	
40- 04/01/2000	Randy Weston	Músico	América del Norte	Música
	Miquel Gil	Músico	C.Valenciana	
	Carles Beneto	Músico	C.Valenciana	
	Lluís Llach	Músico	Catalunya	
	Cheb Mami	Músico	Asia	
	Jaume Sisa	Músico	Catalunya	
	Pau Riba	Músico	Catalunya	
	Joan Manuel Serrat	Músico	Catalunya	
	Pink Martini	Músico	América del Norte	
41- 01/02/2000	Enric Benavent	Actor Teatro	C.Valenciana	Teatro
	Josep Manel Cassany	Actor Teatro	C.Valenciana	Literatura
	Luisa Martínez Pazos	Actor Teatro	C.Valenciana	Cine
	Rosa López	Actor Teatro	C.Valenciana	
	Marti Dominguez	Escritor	C.Valenciana	
	Frank Lasseca	Dir.Cine	C.Valenciana	
42- 14/03/2000	Juan Luis Galiardo	Actor Cine	Resto España	Cine
	Rafael Azcona	Escritor	Resto España	Literatura
	Antonio Miro	Pintor	C.Valenciana	Fotografía
	Raúl Belinchon	Fotógrafo	C.Valenciana	Música

	Phelim Byrne	Músico	Europa	Pintura
	Donni Hardwidge	Músico	Europa	
43- 04/04/2000	Mario Vargas Llosa	Escritor	América del Sur	Literatura
	Nicoletta Tomas	Pintor	Madrid	Pintura
	Ben Harper	Músico	América del Norte	Cine
	Bartolomé Ferrando	Profesor	C.Valenciana	
	Fran Latorre	A.Multidisciplinar	C.Valenciana	
	Fernando Barrue	Pintor	C.Valenciana	
	Helena Taberna	Dir.Cine	Resto España	
	Ana Torrent	Actor Cine	Madrid	
	Ernesto Alterio	Actor Cine	América del Sur	
44- 14/05/2000	Adolf Tobeña	Periodista	Catalunya	Poesia
	Leopoldo M ^a Panero	Poeta	Madrid	Teatro
	Joaquín Jordá	Dir.Cine	Catalunya	Cine
	Ramón Fontserre	Actor Teatro	Catalunya	
45- 06/06/2000	Cesc Galabert	Coreógrafo	Catalunya	Danza
	Julián Leda	Músico	América del Sur	Músico
	Joy de la Cueva	Músico	América del Sur	Literatura
	Emilio Roevedo	Músico	América del Sur	
	Rafael Chirbes	Escritor	C.Valenciana	
46-07/2000	Sin datos			
47-08/2000	Sin datos			
48-09/2000	Sin datos			
49- 17/10/2000	Xavier Theros	A.Multidisciplinar	Catalunya	Literatura
	Rafael Metlikovez	A.Multidisciplinar	Catalunya	Músico
	Jean Claude Carriere	Escritor	Europa	
	Quique Blanco	A.Multidisciplinar	Catalunya	
	Jordi Savall	Músico	Catalunya	
50- 26/11/2000	Peter Bogdanovich	Dir.Cine	América del Norte	Cine
	Boke Bazan	Diseñador	Resto España	Diseño

	Francesc Bodi	Escritor	C.Valenciana	Literatura
	Gillo Dorfles	Escritor	Europa	
51- 03/12/2000	Luis Puig	Profesor	C.Valenciana	Fotografía
	Pilar Moreno	Fotógrafo	Resto España	Escultura
	Javier Carvajal	Arquitecto	Resto España	Literatura
	Blanco Añó	A.Multidisciplinar	C.Valenciana	
52- 30/01/2001	Perico Sambeat	Músico	C.Valenciana	Música
	Alfein Gnaua	Músico	África	Teatro
	Xavi Castillo	Actor Teatro	C.Valenciana	Literatura
	Ferran Torrent	Escritor	C.Valenciana	
	Gustavo Bueno	Filósofo	Resto España	
	Raimundo Amador	Músico	Resto España	
	Ramón Fontserè	Actor Teatro	Catalunya	
53- 11/02/2001	Carme Portaceli	Dir.Teatro	Catalunya	Teatro
	Justo Navarro	Escritor	Resto España	Literatura
	Ignasi Meneu	Dibujante	C.Valenciana	Dibujo
	Felix Bella	Dibujante	C.Valenciana	Música
	Raimundo Amador	Músico	Resto España	
	Perico Sambeat	Músico	C.Valenciana	
54- 11/03/2001	Carles Santos	Compositor	C.Valenciana	Música
	Antoni Torreño	Escritor	C.Valenciana	Literatura
	Ximo Flores	Dir.Teatro	C.Valenciana	Teatro
	Roberto Giménez	Músico	C.Valenciana	
55- 03/04/2001	John Frusciante	Cantante	América del Norte	Música
	Hadi Kurich	Dir.Teatro	Europa	Teatro
	Quim Monzó	Escritor	Catalunya	Literatura
56- 13/05/2001	Cristina Blasco	Cantante	C.Valenciana	Música
	Felipe Cucciardi	Músico	C.Valenciana	Literatura
	Lluís Llado	Músico	Resto España	

	Ricardo Belda	Músico	C.Valenciana	
	Carme Riera	Escritor	Resto España	
57- 10/06/2001	Omara Portuondo	Cantante	América del Sur	Música
	Ibrahim Ferrer	Cantante	América del Sur	Cine
	Enrique Herreras	Periodista	C.Valenciana	
	Luis Ciges	Actor Cine	C.Valenciana	
	Tomatito	Cantante	Resto España	
58-07/2001	Sin datos			
59-08/2001	Sin datos			
60-09/2001	Sin datos			
61- 21/10/2001	Esteve Marker	Músico	América del Norte	Música
	Butch Vig	Músico	América del Norte	Cine
	Sherley Manson	Músico	América del Norte	Literatura
	Rouben Mamoulian	Dir.Cine	Europa	Dibujo
	Santiago Vila	Escritor	C.Valenciana	
	Edmond Kiraz	Dibujante	Europa	
	Lorenzo Silva	Escritor	Madrid	
62- 06/11/2001	Miquel Batllori	Historiador	Catalunya	Dibujo
	Moebius	Dibujante	Europa	Teatro
	Enric Benavent	Actor Teatro	C.Valenciana	Músico
	Teresa Lozano	Actor Teatro	C.Valenciana	
	Emilio Gaviera	Actor Teatro	Madrid	
	Albert Forner	Actor Teatro	C.Valenciana	
	Neil Hannon	Músico	Europa	
	Ivor Talbot	Músico	Europa	
63- 05/12/2001	Mario Benedetti	Escritor	América del Sur	Literatura
64- 02/01/2002	Ignacio Ramonet	Periodista	Resto España	Literatura
65- 03/02/2002	Eduardo Mendoza	Escritor	Catalunya	Literatura
	Begoña Montalbán	A.Multidisciplinar	Resto España	Arquitectura

	Rafael Guastavino	Arquitecto	C.Valenciana	Teatro
	Ju-Ja	Actor Teatro	C.Valenciana	
66- 01/03/2002	Francesc Orella	Actor Teatro	Catalunya	Teatro
	Rodolf Sirera	Escritor	C.Valenciana	Literatura
	Quique Dacosta	Cocinero	Resto España	Cocina
	Paul Cassidy	Músico	América del Norte	Música
67- 03/04/2002	Manuel V. Montalbán	Escritor	Catalunya	Literatura
68- 03/05/2002	Vicente Genovés	Dir. Teatro	C.Valenciana	Teatro
	Diego Braginsky	Actor Teatro	C.Valenciana	Cine
	Lluís Cerveró	Dir. Cine	C.Valenciana	Pintura
	Ben Nicholson	Pintor	Europa	Literatura
	José Luis Ferris	Escritor	C.Valenciana	Música
	Miguel Hernandez	Pintor	C.Valenciana	
	Peter Hayes	Músico	América del Norte	
	Robert Turner	Músico	América del Norte	
69- 07/06/2002	Arnaldo Pomodoro	Escultor	Europa	Escultura
	Carme Alborch	Escritor	C.Valenciana	Poesía
	Carlos Marzal	Poeta	C.Valenciana	Música
	Jean-Phillipe Freu	Músico	Europa	
	Patou Carrie	Músico	Europa	
70-07/2002	Sin datos			
71-08/2002	Sin datos			
72-09/2002	Sin datos			
73-10/2002	Fernando León	Dir Cine	Madrid	Cine
	Carles Magraner	Músico	C.Valenciana	Teatro
	Toni Aparisi	Coreógrafo	C.Valenciana	Danza
	Loreto Ormad	Realizador	Resto España	Escultura
	Dani Karavan	Escultor	Europa	Poesía
	Carlos Marzal	Poeta	C.Valenciana	Música
	Santiago Auserón	Músico	Resto España	
74-	Joaquim Michavila	Pintor	C.Valenciana	Pintura

15/11/2002				
	M-Clan	Músico	Resto España	Música
	Ximo Solano	Dir. Teatro	C.Valenciana	Teatro
	Grup Cousteau	Músico	Europa	
75- 06/12/2002	Lindsay Kemp	Dir. Teatro	Europa	Teatro
	Gustavo Muñoz	Escritor	América del Sur	Literatura
	Joan Manuel Serrat	Músico	Catalunya	Música
	Ricard Miralles	Músico	Catalunya	
76- 10/01/2003	Paco Bascuñán	Diseñador	C.Valenciana	Diseño
	Daniel Nebot	Diseñador	C.Valenciana	Música
	Pepe Gimeno	Diseñador	C.Valenciana	
	Pepa Canya	Diseñador	C.Valenciana	
	Xavier Paxariño	Músico	Resto España	
	Santi Vega	Músico	Resto España	
	Badly Drawn Boy	Músico	Europa	
77- 07/02/2003	Albert Plà	Cantante	Catalunya	Música
	Pere Joan Ventura	Dir. Cine	Catalunya	Cine
	Georgina Cisquella	Periodista	Catalunya	Teatro
	Lluís Homar	Dir. Teatro	Catalunya	
78- 07/03/2003	Rafael Armengol	Pintor	C.Valenciana	Pintura
	Alvaro Lavín	Dir. Teatro	América del Sur	Teatro
	Marina Szerezevsky	Dir. Teatro	América del Sur	Música
	Lluís Llach	Músico	Catalunya	
	Odette Telleria	Cantante	América del Sur	
79- 04/04/2003	David Torres	Escritor	Madrid	Literatura
	Eloisa García	Documentalista	América del Sur	Música
	Mariza	Cantante	África	
80- 30/05/2003	Andrés Martínez Medina	Arquitecto	C.Valenciana	Arquitectura
	José Coronado	Actor Cine	Madrid	Cine

	Enrique Urbizu	Dir.Cine	Resto España	Música
	Cindy Sherman	Fotógrafo	América del Norte	Fotografía
	Marianne Faithfull	Músico	Europa	
	Goran Bregovic	Músico	Europa	

Tabla 4 (elaboración propia)

4.3.4. **Tabla 5. Encuentros (2005-2007...)**

Cap/Fecha	Título	Tipología Cultural	Reportajes	Personaje	C.Temática	Procedencia
1- 25/02/2005	CULTURA VALENCIANA	Cultura	Teatro	Artur Ahuir	Filólogo	C.Valenciana
			Literatura	Luis Messeguer	Filólogo	C.Valenciana
				Mar Langa	Escritor	C.Valenciana
				Esperança Camps	Escritor	Resto España
				Santiago Grisolia	Científico	C.Valenciana
				Alex Rigola	Dir.Teatro	Catalunya
				Áurea Márquez	Actor teatro	Catalunya
2- 04/03/2005	TEATRE	Teatro	Pintura	Josep Monleón	Escritor	C.Valenciana
			Teatro	Enrique Herreras	Dir.Teatro	C.Valenciana
				Carme Portaceli	Dir.Teatro	C.Valenciana
				J.Vicente Luciano	Dir.Teatro	Resto España
				Vicent Vila	Dir.Teatro	C.Valenciana
3- 11/03/2005	DONES	Cultura	Literatura	Francisca Aguirre	Escritor	C.Valenciana
			Arte Contemporáneo	Lola López	Escritor	Resto España
				Isabel Morant	Historiador	C.Valenciana
				Paula M. Alepuz	Profesor	Catalunya
				Olga de Soto	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
4- 01/04/2005	TIRANT EL QUIXOT	Literatura y prensa	Cine	Vicente Muñoz Puelles	Escritor	C.Valenciana
			Fotografía	Cesar Gavela	Escritor	Resto España
				Joan Pellicer	Filólogo	C.Valenciana
				Manuel Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
				Rafael Beltrán	Escritor	C.Valenciana
5-	LEIXILI	Cultura	Pintura	Tomás Segovia	Escritor	C.Valenciana

08/04/2005	CULTURAL					
			Literatura	Jose Ignacio Cruz	Profesor	C.Valenciana
				Susan Davidson	Crítico artistico	América del Norte
				Júlia Benavent	Profesor	C.Valenciana
				Francisco Agramunt	Pintor	C.Valenciana
				David White	Crítico artistico	América del Norte
6-15/04/2005	ART I VIDA	Artesanía y expresión artística	Pintura	Joaquín Michavila	Pintor	C.Valenciana
			Teatro	Javier Calvo	Escritor	Catalunya
			Escultura	Alex Alemany	Pintor	C.Valenciana
				Ricardo Rico	Escultor	C.Valenciana
				Nati Navalón	Escultor	C.Valenciana
				John Davies	Escultor	Europa
				J.Sanchis Sinisterra	Dir.Teatro	C.Valenciana
7-22/04/2005	CANÇÒ PER AL SEGLE XXI	Música y danzas	Música	Lluis Miquel	Músico	C.Valenciana
			Literatura	Emili Casanova	Escritor	C.Valenciana
				Presuntos Implicados	Músico	C.Valenciana
				Miquel Gil	Músico	C.Valenciana
				Xavier Casp	Filólogo	C.Valenciana
8-29/04/2005	FIRA DEL LLIBRE 2005	Literatura y prensa	Literatura	Federico Ibañez	Escritor	Madrid
				Joan Navarro	Poeta	C.Valenciana
				JJ.Benlloch	Periodista	C.Valenciana
				Javier.M.Reverte	Escritor	Madrid
				Cristina Morato	Periodista	Catalunya
				Enrique Arias Vega	Periodista	Resto España
				Carme Miquel	Escritor	Catalunya

				Joan Oleza	Escritor	Resto España
9- 06/05/2005	DANSA	Música y danzas	Danza	Inmaculada Gil Lazaro	Dir.Teatro	C.Valenciana
			Pintura	Teresa Nieto	Coreógrafo	Resto España
				Ramón Oller	Coreógrafo	Catalunya
				David Rodrigo	Bailarín	Madrid
				Nacho Duato	Coreógrafo	C.Valenciana
				Manuel Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
10- 12/05/2005	GALERÍES I GALERISTES	Artesanía y expresión artística	Pintura	Miquel Agrait	Crítico artistico	C.Valenciana
				Pilar Dolz	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
				Tomás March	Crítico artistico	C.Valenciana
				Ulrike Ottinger	Artista Multidisciplinar	Europa
				Beatriz Alonso	Historiador	C.Valenciana
11- 19/05/2005	TEATRE II	Teatro	Teatro	Miquel Santamaría	Dir.Teatro	C.Valenciana
			Literatura	Carmen Morenilla	Filólogo	C.Valenciana
				Jenaro Talens	Catedrático	Resto España
				Ximo Roma	Dir.Teatro	C.Valenciana
12- 26/05/2005	ESCRIURE DES DE LA PERIFÈRIA	Literatura y prensa	Literatura	José Luis Aguirre	Escritor	C.Valenciana
				Guillermo Carnero	Escritor	C.Valenciana
				José Luis Ferris	Editor	C.Valenciana
				Santiago Fortuño	Filólogo	C.Valenciana
				Miguel Catalán	Escritor	C.Valenciana
				Carles Cebrián	Poeta	C.Valenciana
				E. Poniatowska	Escritor	América del Sur
13- 02/06/2005	FOTOGRAFÍA	Imagen y audiovisual	Fotografía	Francesc Jarque	Fotógrafo	C.Valenciana
			Arte	Mira Bernaveu	Artista	C.Valenciana

			Contemporáneo		Multidisciplinar	
				María Zarraga	Fotógrafo	C.Valenciana
				Josep Merita	Fotógrafo	C.Valenciana
				José Huguet	Fotógrafo	C.Valenciana
14- 09/06/2005	DOCUMENTALS	Imagen y audiovisual	Cine	Lloren Soler	Realizador	C.Valenciana
				Pau Vergara	Dir.Cine	C.Valenciana
				Miquel Francés	Profesor	C.Valenciana
				Salvador Dolz	Documentalista	C.Valenciana
				Ricardo Macián	Realizador	C.Valenciana
				Manuel Gimeno	Guionista	C.Valenciana
15- 16/06/2005	MÚSICA	Música y danzas	Música	E.García Asensio	Dir.Orquesta	C.Valenciana
			Pintura	Cristobal Soler	Compositor	C.Valenciana
				Domingo Tárrega	Compositor	C.Valenciana
				Marisa Blanes	Músico	C.Valenciana
				Amand Blanquer	Músico	C.Valenciana
16- 30/06/2005	POESIA	Literatura y prensa	Literatura	María Beneyto	Escritor	C.Valenciana
			Arte Contemporáneo	Josep Piera	Poeta	C.Valenciana
				Jaime Siles	Filólogo	C.Valenciana
				Gaspar Jaén	Poeta	C.Valenciana
				Carlos Marzal	Poeta	C.Valenciana
17- 15/09/2005	EROTISME	Imagen y audiovisual	Cine	Luis García Berlanga	Dir.Cine	C.Valenciana
			Pintura	Manuel Boix	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
				Lucas Soler	Dir.Cine	América del Sur
				Dolores Devesa	Historiador	Madrid
				Rosanna Pastor	Actor Cine	C.Valenciana
18- 22/09/2005	CRÍTICA	Literatura y prensa	Literatura	Fernando S. Dragó	Escritor	Madrid
			Pintura	Pedro J. de la	Escritor	Resto España

					Peña		
					Joaquín Collado	Escritor	C.Valenciana
					Manuel Vivés	Escritor	C.Valenciana
					Francisco Umbral	Escritor	Madrid
19- 29/09/2005	CREACIÓ I TRADUCCIÓ	Literatura y prensa	Literatura		Emilio Coco	Traductor	Europa
			Arte Contemporáneo		Luis Felipe Sarmiento	Traductor	?
			Música		Sofía Moltó	Traductor	?
					Jean Claude Roland	Filólogo	Europa
20- 06/10/2005	HISTORIA DEL CARTELL	Artesanía y expresión artística	Arte Contemporáneo		Marc Martí		
					Vicent Serra	Dibujante	C.Valenciana
					José Piqueras	Pintor	C.Valenciana
					Boke Bazán	Artista Multidisciplinar	Resto España
					Carlos Pérez	Realizador	C.Valenciana
21- 27/09/2005	FESTIVALS DE CINE	Imagen y audiovisual	Cine		Gaetano Pesce	Artista Multidisciplinar	Europa
			Arte Contemporáneo		Perico Sambeat	Músico	C.Valenciana
			Música		Vicente Monfort	Periodista	C.Valenciana
					José Luis Iborra	Dir.Cine	Madrid
					Rafael Maluenda	Periodista	C.Valenciana
					Jonan Basterra	Periodista	Resto España
22- 09/11/2005	MOSTRES D'ARTS PLASTIQUES	Artesanía y expresión artística	Arte Contemporáneo		Gaetano Pesce	Artista Multidisciplinar	Europa
			Pintura		Conxa Gómez	Político	C.Valenciana
			Música		Vicent Ortuño	Arquitecto	C.Valenciana
					José Ángel Jesús- María	Crítico artistico	C.Valenciana
23- 10/11/2005	CONSELLER FONT DE MORA	Política	Música		Alejandro Font de Mora	Político	C.Valenciana

				Joan Carles Gares	Dir.Teatro	C.Valenciana
				Uiso Alemany	Pintor	C.Valenciana
				María Angels Chavarria	Escritor	?
				Vicent Torrent	Músico	C.Valenciana
				Vicent Tamarit	Realizador	C.Valenciana
				Manuel Galduf	Dir.Orquesta	C.Valenciana
				Pilar Dolz	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
24- 17/11/2005	CERAMICA	Artesanía y expresión artística	Cerámica	Arcadi Blasco	Ceramista	C.Valenciana
			Teatro	Marisa Herrón	Ceramista	C.Valenciana
				Xavier Montsalvatge	Ceramista	C.Valenciana
25- 24/11/2007	TEBEOS=COMICS	Imagen y audiovisual	Comics	Ramón Cardo	Músico	C.Valenciana
			Literatura	Pedro Porcel	Historiador	C.Valenciana
			Música	Paco Camarasa	Editor	C.Valenciana
				Ana Miralles	Dibujante	C.Valenciana
				José Ortíz	Dibujante	C.Valenciana
26- 01/12/2005	ESCULTURA	Artesanía y expresión artística	Escultura	Miquel Navarro	Escultor	C.Valenciana
			Música	Juan Ángel Blasco	Historiador	C.Valenciana
				Vicente Ferrero	Profesor	C.Valenciana
				Pamen Pereira	Artista Multidisciplinar	Resto España
				Sebastià Miralles	Profesor	C.Valenciana
27- 08/12/2005	MUSEUS	Museos	Literatura	Antonio Porpetta	Escritor	C.Valenciana
			Museos	Rosa María Monzó	Historiador	C.Valenciana
				José Payá	Escritor	C.Valenciana
28- 15/12/2005	PUBLICITAT	Imagen y audiovisual	Arte Contemporáneo	Chari García	Diseñador	C.Valenciana

			Cine	Paco Gisbert	Productor Cine	C.Valenciana
			Música	Diego Ruíz de la Torre	Diseñador	C.Valenciana
				María Victòria Tur	Profesor	C.Valenciana
29- 22/12/2005	SALA PARPALLÓ	Artesanía y expresión artística	Música	Artur Heras	Pintor	C.Valenciana
				Manuel Muñoz	Político	C.Valenciana
				Manuel Ventimilla	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
				Ana de Miguel	Crítico artistico	C.Valenciana
30- 29/12/2005	ESPECIAL DE L'ANY	Resum	Resum			
31- 05/01/2006	LITERATURA INFANTIL	Literatura y prensa	Literatura	Laura Gallego	Escritor	C.Valenciana
			Diseño	Carles Cano	Escritor	C.Valenciana
				Josep Antoni Fluixá	Escritor	C.Valenciana
				Gemma Lluch	Filólogo	C.Valenciana
				Pascal Comelade	Músico	Catalunya
32- 12/01/2006	DISSENY	Imagen y audiovisual	Diseño	Joan Cerveró	Dir.Orquesta	C.Valenciana
			Literatura	María Gallén	Diseñador	C.Valenciana
				Vicent Martínez	Diseñador	C.Valenciana
				Paco Bascuñan	Diseñador	C.Valenciana
				Genaro Lahuerta	Diseñador	C.Valenciana
				Xavier Mariscal	Diseñador	C.Valenciana
33- 19/01/2006	LES CIUTATS VISCUEDES	Urbanismo, arquitectura y vivienda	Arquitectura	Jorge Cruz	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
			Música	Alejandro Escriba	Arquitecto	C.Valenciana
				Amadeu Serra	Profesor	C.Valenciana
				Josep Sorribes	Arquitecto	C.Valenciana
				Eduard Mira	Historiador	C.Valenciana
34-	MODA	Cultura	Moda	Francis	Diseñador	C.Valenciana

26/01/2006				Montesinos		
			Música	Hanibal Laguna	Diseñador	América del Sur
			Cine	Luis Rocamora	Diseñador	C.Valenciana
				Javier Calvo	Profesor	C.Valenciana
35- 02/02/2006	ASSIG I PENSAMENT	Literatura y prensa	Literatura	Rosa Rodriguez Magda	Escritor	C.Valenciana
			Arte Contemporáneo	Miguel Catalán	Escritor	C.Valenciana
			Música	Vicente Garrido	Psicólogo	C.Valenciana
				Maite Larrauri	Filósofo	C.Valenciana
				Fernando Peiró	Pintor	C.Valenciana
36- 09/02/2006	GASTRONOMÍA	Alimentación	Arte Contemporáneo	Alejandro Font de Mora	Político	C.Valenciana
			Música	Antonio Vergara	Periodista	C.Valenciana
				Paco Alonso	Periodista	C.Valenciana
				Quique Dacosta	Cocinero	C.Valenciana
				Paco Torreblanca	Cocinero	C.Valenciana
				Carles Santos	Músico	C.Valenciana
37- 16/02/206	TEATRE D'HUMOR	Teatro	Teatro	Carles Alberola	Actor teatro	C.Valenciana
			Cine	Xavi Castillo	Actor teatro	C.Valenciana
			Música	Lalo Kubala	Dibujante	C.Valenciana
				Lúis Sánchez Polack	Actor TV	C.Valenciana
				Keith Haring	Dibujante	América del Norte
38- 23/02/2006	1º ANIVERSARI D'ENCOTRES	Resum	Resum	Toni Cantó	Actor Cine	C.Valenciana
				Bartolomé Ferrando	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
39- 02/03/2006	DONES OBLIDADES	Cultura	Cultura	Isabel Morant	Historiador	C.Valenciana
			Música	Clara Obligado	Escritor	América del Sur

			Literatura	Margarita Borja	Poeta	C.Valenciana
				Dolores Cortés	Diseñador	C.Valenciana
				Rosalía Sender	Crítico artístico	C.Valenciana
40- 09/03/2006	HERENCIAS D'ART	Artesanía y expresión artística	Cine	J. Luis García Berlanga	Hijo cineasta	C.Valenciana
			Música	Mercedes Lozano	Hija pintor	C.Valenciana
			Literatura	Kati Casp	Hija escritor	C.Valenciana
			Pintura	Cecilia Rodrigo	Hija músico	C.Valenciana
41- 16/03/2006	FESTES Y CULTURA	Fiestas	Cultura	Álvar Monferrer	Etnógrafo	C.Valenciana
				Josep María Segura	Historiador	C.Valenciana
				Xavier Costa	Sociólogo	C.Valenciana
				Armando Serra	Dibujante	C.Valenciana
				Antoni Miralda	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
				Crisitina García Rodero	Fotógrafo	Resto España
42- 23/03/2006	IL.LUSTRADORS	Imagen y audiovisual	Arte	Miguel Calatayud	Dibujante	C.Valenciana
			Literatura	Sento Llobell	Dibujante	C.Valenciana
				Cristina Durán	Dibujante	C.Valenciana
				Pablo Auladell	Dibujante	C.Valenciana
				Juan Alfonso Gil- Albors	Escritor	C.Valenciana
43- 30/03/2006	HISTORIA REVISTES D'HISTORIA	Literatura y prensa	Cultura	Javier Paniagua	Historiador	Resto España
			Pintura	George Braque	Pintor	Europa
			Música	Taraf de Haidouks	Músico	Europa
				Rafael Valladares	Historiador	Resto España
				Xavier Casals	Historiador	Catalunya
				Rosa María Rodriguez	Escritor	C.Valenciana

44- 06/04/2006	L'ACTIVITAT CULTURAL D'ALACANT	Cultura	Cultura	José Alberto Cortés	?	C.Valenciana
			Literatura	Carlos Mateo	?	C.Valenciana
			Arte	Joaquín Santo	?	?
				José Luis Ferris	Escritor	C.Valenciana
45- 20/04/2006	LA NATURA. PATRIMONI CULTURAL	Cultura	Cultura	Manuel Toharia	Periodista	Madrid
			Cine	Josep Segarra	Científico	C.Valenciana
				Bernabé Moya	Botánico	C.Valenciana
				Lina Gracia	Científico	C.Valenciana
				Josep Biot	Pintor	C.Valenciana
				Manuel Muñoz	Político	C.Valenciana
				Felicia Sala	Arqueólogo	C.Valenciana
46- 27/04/2006	FIRA DEL LLIBRE DE VALÈNCIA	Literatura y prensa	Cultura	Guillermo Carnero	Escritor	C.Valenciana
			Música	Susana Fortes	Escritor	Resto España
			Literatura	Francesc Bodí	Escritor	C.Valenciana
				Antonio Gómez Rufo	Escritor	Resto España
				Juan Luis Sampedro	Escritor	Catalunya
				Marisa Blanes	Músico	C.Valenciana
				Anabel G. del Castillo	Músico	C.Valenciana
47- 04/05/2006	ENOLOGIA	Alimentación	Cultura	Pepe Mendoza	Enólogo	C.Valenciana
				Manuela Romeralo	Sommelier	Resto España
				Daniel Expósito	Enólogo	C.Valenciana
				Juan Piqueras	Enólogo	C.Valenciana
48- 11/05/2006	INTERNET	Ciencia y tecnología	Cultura	Esteban Gonzalez Pons	Político	C.Valenciana
				Juan Antonio Martín	Científico	Resto España

				Adolfo Plasencia	Profesor	C.Valenciana
				Paco Ragageles	Científico	Madrid
49- 18/05/2006	LA LLUM DE LES IMATGES	Artesanía y expresión artística	Arte	Manuel Muñoz	Político	C.Valenciana
			Música	José Luis Navarro	Historiador	C.Valenciana
			Teatro	Feliciano Sala	Arqueólogo	C.Valenciana
50- 25/05/2006	NOVEL.LA NEGRA	Literatura y prensa	Literatura	Francisco González	Escritor	Catalunya
			Música	Raúl Argemi	Escritor	América del Sur
				Cristina Fallaras	Escritor	Resto España
				Luis Enrique Valera	Escritor	C.Valenciana
				David Pastor	Músico	C.Valenciana
51- 01/06/2006	EL FUTBOL	Juegos y deportes	Literatura	Julián García Candau	Periodista	C.Valenciana
			Arte	Carlos Marañón	Escritor	Resto España
				Antonio Hernandez	Deportista	C.Valenciana
52- 08/06/2006	JOAN MANUEL SERRAT	Música y danzas	Música	Joan Manuel Serrat	Músico	Catalunya
			Literatura	Josep Antoni Fluixá	Escritor	C.Valenciana
			Arte	Eduard Mira	Historiador	C.Valenciana
53- 15/06/2006	CULTURA I TELEVISIÓ		Teatro	Javier Rioyo	Periodista	Resto España
			Arte	Ramón Colom	Periodista	Catalunya
				Francisco Noyo	Político	Resto España
				Jesús Vigorra	Político	Resto España
54- 02/10/2006	ARQUITECTURA	Urbanismo, arquitectura y vivienda	Literatura	Manuel Portaceli	Arquitecto	C.Valenciana
			Arquitectura	Dolores Alonso	Arquitecto	C.Valenciana
			Poesía	Alejandro Escribano	Arquitecto	C.Valenciana

				Luis de Garrido	Arquitecto	C.Valenciana
				María García Liberós	Escritor	C.Valenciana
55- 16/10/2006	COLECCIONISME, MECENATGE	Artesanía y expresión artística	Arte	Manuel Chirivella	Crítico artistico	C.Valenciana
			Literatura	Pedro Martínez	Crítico artistico	C.Valenciana
				José Luis Bosch	Abogado	C.Valenciana
				Mercé Viana	Escritor	C.Valenciana
56- 23/10/2006	L'OPERA	Cultura oral	Música	Giuseppe de Matteis	Escritor	Europa
				Carlos López Galarza	Músico	C.Valenciana
				Juan Luis Martínez	Dir.Orquesta	C.Valenciana
				María Velasco	Músico	C.Valenciana
				José Más	Poeta	?
57- 30/10/2006	LA RADIO DE VALENCIA	Imagen y audiovisual	Música	J.Vicente Martínez	Escritor	C.Valenciana
			Literatura	Fernando Delgado	Escritor	Resto España
				Paco Nadal	Periodista	C.Valenciana
				Antonio Sanfeliu	Profesor	C.Valenciana
58- 06/11/2006	LA IMATGE I L'ANIMACIÓ	Imagen y audiovisual	Literatura	Román Gubern	Catedrático	Catalunya
			Cine	Pablo Lorens	Diseñador	C.Valenciana
				Fernando Carrión	Realizador	C.Valenciana
				Miquel Beltrán	Dibujante	C.Valenciana
				Raúl González	Profesor	C.Valenciana
				Ferran Torrent	Escritor	C.Valenciana
59- 13/11/2006	EDITORIALS A LA COMUNITAT VAL.	Literatura y prensa	Literatura	Josep Gregori	Editor	C.Valenciana
				Paco Camarasa	Editor	C.Valenciana
				Manuel Ramírez	Editor	C.Valenciana
				Rosa Serrano	Editor	C.Valenciana
				Josep Ballester	Poeta	C.Valenciana
60-	PROGRAMA	Programa	Literatura	Manuel Sanchis	Escritor	C.Valenciana

20/11/2006	ESPECIAL	especial			Guarner		
				Cine	Antoni Ferrando	Profesor	C.Valenciana
				Teatro	Manuel Aznar	Profesor	C.Valenciana
					Josep Ballester	Poeta	C.Valenciana
					José Vicente Escartí	Profesor	C.Valenciana
					Josep María Felip	Profesor	C.Valenciana
					Francesc Cardells	Profesor	C.Valenciana
					Rafael Roca	Profesor	C.Valenciana
					Guillermo Heras	Dir.Teatro	C.Valenciana
					Juan Luis Mira	Dir.Teatro	C.Valenciana
61- 27/11/2006	VIGÈNCIA DE SOROLLA	Artesanía y expresión artística	Arte		Felipe Garín	Historiador del Arte	C.Valenciana
					Blanca Pons-Sorolla	Hija pintor	C.Valenciana
					M ^a Luisa Menéndez	Historiador del Arte	Madrid
					José Antonio Escrivá	Dir.Cine	C.Valenciana
					Alex Alemany	Pintor	C.Valenciana
					Joaquín Michavila	Pintor	C.Valenciana
					Horacio Sila	Pintor	C.Valenciana
					María Angels Chavarria	Escritor	?
62- 04/12/2006	BANDES DE MÚSICA	Música y danzas	Música		Bernardo Adam Ferrero	Compositor	C.Valenciana
			Literatura		Josep Almeria	Compositor	C.Valenciana
					Bernabé Sanchís	Dir.Orquesta	C.Valenciana
					Lidón Valer	Dir.Orquesta	C.Valenciana
					Javier Reverte	Escritor	Madrid
63- 11/12/2006	LLIBRES DE TEXTE	Literatura y prensa	Literatura		Enric Juan	Editor	C.Valenciana
					Josep Gregori	Editor	C.Valenciana
					Gloria Mañas	Editor	C.Valenciana

				Álvaro Pombo	Escritor	Resto España
64- 18/12/2006	ELS BORJA	Historia	Literatura	Joan Francesc Mira	Escritor	C.Valenciana
				Miquel Navarro Sorní	Historiador	C.Valenciana
				Santiago la Parra	Historiador	C.Valenciana
				Marta Rivera de la Cruz	Escritor	Resto España
65- 08/01/2007	ELS NOUS MUSEUS VALENCIANS	Museos	Literatura	Joan Francesc Mira	Escritor	C.Valenciana
				Manuel Olcina	Arqueólogo	C.Valenciana
				Juan de Nieves	Historiador del Arte	C.Valenciana
				Román de la Calle	Catedrático	C.Valenciana
				Javier Martí	Historiador	C.Valenciana
66- 15/01/2007	ART I MALALTIA	Artesanía y expresión artística	Arte	Toni Canet	Dir.Cine	C.Valenciana
			Cine	Paco Traver	Psicólogo	C.Valenciana
			Literatura	Josep Lluís Barona	Historiador	C.Valenciana
				Eladio Reyes	Fotógrafo	América del Sur
				Lluís Roda	Poeta	C.Valenciana
67- 22/01/2007	QUÉ PINTEN ELS JOVES VALENCIANS	Artesanía y expresión artística	Arte	Álvaro de los Ángeles	Crítico artístico	C.Valenciana
			Literatura	María Cremades	Pintor	C.Valenciana
				Luis Lonjedo	Pintor	C.Valenciana
				José Iturralde	Pintor	Resto España
				Josep Biot	Pintor	C.Valenciana
				Lola Andrés	Poeta	C.Valenciana
68- 29/01/2007	VICENTE BLASCO IBAÑEZ	Historia	Arte	Manuel Bas	Editor	C.Valenciana
			Literatura	Juan Miguel	Profesor	C.Valenciana

				Company		
				Rafael Roca	Profesor	C.Valenciana
				Inmaculada Rius	Profesor	C.Valenciana
				Roberto Faure	Escritor	Europa
69- 05/02/2007	TEATRE CLASSIC	Teatro	Teatro	Juli Leal	Dir.Teatro	C.Valenciana
			Literatura	Chema Cardeña	Escritor	C.Valenciana
				Manuel Molins	Escritor	C.Valenciana
				Antonia Bueno	Crítico artistico	C.Valenciana
70- 12/02/2007	PERIODISME I LITERATURA	Literatura y prensa	Literatura	Vicente Molina-Foix	Escritor	C.Valenciana
				Carmen Amoraga	Escritor	C.Valenciana
				Francesc Bayarri	Periodista	C.Valenciana
				María García Lliberós	Escritor	C.Valenciana
				Javier Reverte	Escritor	Madrid
				Bernat Montagud	Escritor	C.Valenciana
71-	Sin datos					
72- 26/02/2007	LA RESTAURACIÓ DEL PATRIMONI	Cultura	Literatura	Pilar Roig	Restaurador	C.Valenciana
			Arte	Vicent Guerola	Restaurador	C.Valenciana
				Gena Contreras	Restaurador	C.Valenciana
				Jorge Cruz	Historiador	C.Valenciana
				Carmen Amoraga	Escritor	C.Valenciana
73- 05/03/2007	CONJUNTS PATRIMONIALS RECUPERATS	Cultura	Arte	Carmen Pérez	Restaurador	C.Valenciana
				Salvador Vila	Arquitecto	C.Valenciana
				Salvador Aldana	Historiador del Arte	C.Valenciana
				Manuel Rivas	Escritor	Resto España
74- 12/03/2007	VICENTE ARANDA	Imagen y audiovisual	Cine	Vicente Aranda	Dir.Cine	Madrid
			Literatura	Joan Álvarez	Guionista	C.Valenciana

				J.A. Rios Carratalá	Catedrático	Resto España
				Carlos Aimeur	Periodista	C.Valenciana
				Martí Domínguez	Escritor	C.Valenciana
75- 19/03/2007	VESSANT EDUCATIU DE LA TELEVISIÓ	Imagen y audiovisual	Literatura	Vicente Domingo	Periodista	?
				Ángel San Martín	Pedagogo	C.Valenciana
				Joan Ferré	Profesor	Catalunya
				José Amiguet	Periodista	C.Valenciana
				Vicente Molina- Foix	Escritor	C.Valenciana
76- 02/04/2007	MUSICS JOVES	Música y danzas	Música	Josep Vicent	Compositor	C.Valenciana
			Arte	Andrés Valero- Castells	Compositor	C.Valenciana
			Literatura	Marisa Esparza	Músico	C.Valenciana
				Jorge García	Documentalista	C.Valenciana
				Francisco Agramunt	Escritor	C.Valenciana
77- 16/04/2007	EL CID. FIGURA HISTÓRICA I LITERARIA	Historia	Literatura	Gonzalo Santonja	Filólogo	Resto España
			Arte	Rafael Beltrán	Escritor	C.Valenciana
				Domingo Rodes	Dir.Cine	C.Valenciana
				Gerson Beltrán	Historiador	C.Valenciana
				Daríá Rolland	Poeta	Europa
78- 28/05/2007	GRAFFITIS	Imagen y audiovisual	Arte	Fernando Figueroa	Historiador del Arte	Madrid
				Carlos Ayats	Periodista	C.Valenciana
				Nacho Magro	Artista Multidisciplinar	C.Valenciana
				Toni Sendra	Dir.Cine	C.Valenciana
				Almudena Grandes	Escritor	C.Valenciana
79- 30/04/2007	LA FIRA DEL LLIBRE	Literatura y prensa	Literatura	Cesar Gavela	Escritor	Resto España

			Música	Josep María Felip	Profesor	C.Valenciana
			Arte	Jaime Siles	Filólogo	C.Valenciana
				Josep Piera	Poeta	C.Valenciana
				Carles Cano	Escritor	C.Valenciana
				Tomás Ferres	Diseñador	C.Valenciana
80- 14/05/2007	NOVEL.LA POLICIACA ACTUAL	Literatura y prensa	Literatura	Alicia Giménez Barlett	Escritor	Resto España
			Arte	Paco Camarasa	Editor	C.Valenciana
				Luis Valera	Editor	C.Valenciana
				Eduard Mira	Historiador	C.Valenciana
				Artur Balder	Escritor	C.Valenciana
81- 21/05/2007	PROGRAMA RESUM	Resum	Resum	Elena Aub	Hija escritor	?
82- 04/06/2007	MAX AUB I EL SEU UNIVERS	Literatura y prensa	Literatura	Joan Oleza	Escritor	Resto España
			Música	Manuel Aznar	Profesor	C.Valenciana
			Arte	Alejandro Noguera	Historiador	C.Valenciana
				Joan Ramón Barat	Escritor	C.Valenciana
				Perico Sambeat	Músico	C.Valenciana

Tabla 5 (elaboración propia)