



Genoveva no fa els deures

La directora general de Comunicació, Genoveva Reig, no ha aconseguit encara que la imatge de Zaplana siga millor que la de Rita Barberà, ha marginat publicitàriament diversos mitjans 'opositors' i ha suprimit les subvencions a l'ús del valencià.

D'aquí unes setmanes, Genoveva Reig, directora general de Comunicació i Relacions Informatives de la Generalitat valenciana, haurà de comparèixer davant la Comissió de Coordinació de les Corts Valencianes per a explicar per què diversos mitjans de comunicació reben molt menys del que els pertoca en el repartiment de la publicitat institucional. Segons van publicar en el seu dia els diaris *Levante-EMV* i *Información*, tots dos pateixen una marginació substancial a l'hora de rebre publicitat de la Generalitat. Aquesta divisió del pastís publicitari correspon al departament que dirigeix Genoveva i haurà de ser ella qui conteste els partits polítics amb representació parlamentària en una sessió que se celebrarà aquest mes d'abril.

Les funcions de Reig no acaben ací. Aquesta periodista llicenciada en la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona és la mà dreta de Zaplana per a qualsevol assumpte relacionat amb els mitjans de comunicació, des que es va fer càrrec del gabinet de premsa de l'Ajuntament de Benidorm quan ell n'era alcalde.

A més de dirigir el repartiment de la publicitat, el departament de Reig s'encarrega de centralitzar i controlar tota la informació que generen les diverses conselleries i de mirar per la imatge del president en premsa, ràdio i televisió. Dues funcions en què no sembla haver tingut gaire èxit segons les conclusions de dos informes in-

terns de la Generalitat. En el primer, que l'equip del sociòleg Salvador Badia va fer per encàrrec del Consell a partir de l'anàlisi de 37 mitjans, quedava clar que la imatge que els mitjans donen de Zapla-

ARXIU / LEVANTE-EMV



Genoveva Reig, directora general de Comunicació. No ha aconseguit millorar la imatge de Zaplana.

na és que "està més preocupat pel poder i la política, que per altres qüestions que afecten més directament i preocupen el ciutadà" (vegeu *EL TEMPS*, núm. 659). El segon informe, una enquesta de Sigma Dos, revelava que, un any després que Zaplana arribara a la presidència de la Generalitat, els valencians creïen que Rita Barberà té més capacitat de lideratge, més sensibilitat i defensa millor els interessos valencians que Zaplana.

Tot plegat diu molt poc a favor de la feina feta per Genoveva.

Lleialtat inqüestionable? Genoveva va arribar a la Direcció General de Mitjans de Comunicació, ara Direcció General de Comunicació, de la mà de Zaplana i amb 29 anys. Abans havia treballat com a redactora a la SER d'Alacant durant dos o tres anys i després passà a ocupar-se del gabinet de premsa de l'Ajuntament de Benidorm, on governava Zaplana gràcies al vot de la trànsfuga del PSOE Maruja Sánchez. La relació sembla de confiança i lleialtat, ja que Genoveva va acompanyar Zaplana en la seua campanya de les eleccions autonòmiques del 1995 i va obtenir un lloc de diputada autonòmica pel PP que va deixar en ser nomenada directora general. Zaplana confia en Genoveva i ella li paga amb una lleialtat inqüestionable que, al capdavall, potser només és símptoma de dependència.

Una de les primeres mesures que va aplicar Genoveva Reig en ocupar el seu càrrec va ser centralitzar tota la informació de la Generalitat a través de Presidència, que enclou la seua direcció general. Si abans les informacions de les diferents conselleries pràcticament no es retocaven, ara passaran totes a ser revisades, si més no estilísticament, pel servei de relacions informatives que ella dirigeix, i d'ací seran distribuïdes als mitjans. El fet que les conselleries ja no tinguin independència per adreçar les seues informacions als mitjans que desitgen fa que algunes publi-

cacions i ràdios de caràcter local ja no tinguen accés a informacions institucionals que afecten directament el seu àmbit. A més, la producció d'informació institucional en valencià es va reduint a mesura que la direcció general de Reig centralitza el servei, fins el moment actual en què cap nota oficial està redactada en valencià.

Aquesta centralització arriba de vegades a corrompre la informació original de les conselleries. Així, alguns serveis de premsa de diferents conselleries afirmen que, en ocasions molt determinades, s'ha posat en boca de consellers frases que aquests no han pronunciat. Va ser públic, per exemple, el cas d'unes declaracions del sots-secretari de la Conselleria d'Economia, José Manuel Uncio, en què afirmava que amb els milions perduts en la pressumpta amnistia fiscal del PSOE, el País Valencià hauria pogut fer una important inversió en infraestructures. Posteriorment, Uncio va negar que mai haguera dit això i tots els dits van apuntar al despatx de Reig com l'origen de la nota que va provocar l'enrenou.

Premis i càstigs. Amb una escassa o nul·la capacitat de previsió que revela un coneixement superficial dels mitjans de comunicació, Genoveva Reig va aplicar una política de premis i càstigs per als mitjans "simpàtics" i "antipàtics" amb el Govern Zaplana, que ha tingut com a conseqüència que siga citada a declarar en les Corts Valencianes. A més dels càstigs de publicitat a *Levante* i a *Información*, Reig va iniciar també una campanya contra els mitjans en valencià, consistent a no fer efectives les subvencions que foren aprovades pel PSOE el 1995 en concepte d'ús i promoció d'aquesta llengua. Reig es va negar repetidament a rebre els representants dels mitjans durant més d'un any fins que decidí pagar uns quants i retardar encara més el cobrament a *Crònica d'Ontinyent*, *Els Ports Ràdio* i *El Temps*. *Crònica* no ha cobrat amb l'excusa d'un canvi de nom de l'empresa, *Els Ports Ràdio* ha estat totalment ignorada per Reig i per no fer efectiva la sub-



La centralització de la informació ha provocat la desaparició del valencià de les notes de premsa i una menor difusió.

venció a EL TEMPS, s'ha obert un expedient per declarar aquesta ajuda "lesiva per a l'interès públic" (vegeu enquesta en p. 30).

Per altra banda, els mitjans beneficiats són aquells que el Consell considera "afins". *Las Provincias* i *Abc* són els que apareixen amb les porcions majors del pastís publicitari. Cal dir que, entre l'1 de novembre de 1995 i el 31 de maig de 1996, la Generalitat va contractar 1.341 mòduls de publicitat amb *Las Provincias* i solament 486 amb *Levante-EMV*, quan el nombre de lectors és molt semblant.

Però *Las Provincias*, a més, ha signat un conveni amb representants de la Conselleria d'Educació i la mateixa Genoveva Reig per-

què el seu suplement d'ensenyament dels dimarts —amb la resta del diari— arribe a totes les escoles públiques de la província de València. Segons les xifres que la Conselleria de Presidència va facilitar a Esquerra Unida, això ha generat uns ingressos de més de 18 milions a *Las Provincias*. Aquest conveni afecta en menor mesura *El Magisterio Español* (10 milions), *Abc-Valencia* (3,4 milions), *Información* (15 milions), *Castellón Diario* (4,8 milions), però no *Levante-EMV* ni *Mediterráneo*.

Amb aquestes accions, la Generalitat evidencia un afany d'intervencionisme que no s'adiu gens al seu programa neoliberal. Com assenyala el director de *Mediterráneo*, Jesús Montesinos, "el PP defensa una autoregulació dels mercats d'acord amb l'oferta i la demanda, però després demostra una ànsia intervencionista major que el mateix PSOE, que també en va tenir".

Al capdavant, doncs, sembla que els mitjans no actuen com el gos de Pavlov —com pensava Reig— i els premis i els càstigs no han fet més que reforçar la fam de poder dels mitjans propers al partit del Govern i donar arguments per a la crítica en aquells mitjans que el mateix Consell considera hostils.

Àlex Milian

Eduardo Zaplana, President de la Generalitat valenciana. Segons un estudi analític dels mitjans, Zaplana sembla més preocupat pel "poder i la política" que per qüestions més properes als ciutadans.