



EL TEMPS

Qui s'endinsa a [www.somcomunitat.es](http://www.somcomunitat.es), hi passa una bona estona. Només d'accedir-hi, sense temps material de desdir-se'n, un trepidant minut de vídeo ens explica que "som impuls i suport als nostres, som progrés i pura energia, som CV; per il·lusió i ganes d'anar a més, per tradicions, història i fam de coses noves; per emocions fortes, per gent disposada a ajudar, per energia i frescor, per innovació i avantguarda; per tu, i també per tu, per moltes raons, som hui un lloc de referència en tot el món; som futur, som CV".

S'hi succeeixen molins de vent, una família convencional, xiquets fent bots d'alegria sobre la gespa, una parella jove que dibuixa sa casa, el Palau de les Arts i l'edifici Veles e Vents de València, ponts, tramvies, carreteres, palaus de congressos diversos, avions, la torre de Serrans, el Fadri de Castelló, el castell de Santa Bàrbara d'Alacant, una desfilada

# Som forts, i punt

La Generalitat Valenciana ha parit la campanya "Som CV", situada a [www.somcomunitat.es](http://www.somcomunitat.es). Més enllà de transmetre una imatge idíl·lica del govern, l'ortografia i la puntuació que hi fa servir no superaria un examen de primària: ni de valencià ni de castellà. I de versió anglesa, no n'hi ha.

de treballadors amb corbata que sembla la versió moderna del quadre de Volpodo *El quart poder*, alumnes amb ordinador individual i un globus de còmic que diu "Hallo!". Hi apareixen tomaques, taron-

ges, carxofes i raïm en un mateix arbre, un microscopi, llapisseres, molts llibres i una xiqueta llegint, però també les falles, les fogueres i els moros i cristians, i la fórmula 1, i la Volvo Ocean Race i el

**SOM Comunitat** **SOM CV** **vertebració** CONSELLERIA DE PRESIDÈNCIA **GENERALITAT VALENCIANA**

EN LA CONSELLERIA DE PRESIDÈNCIA **treballem per una Comunitat vertebrada i líder a Europa** **tornar**

**SOM present**  
 Moltes que ja hem dit a terme:  
 - Dissimem la mitat del pressupost de 2008 de la Conselleria de Presidència als municipis de la Comunitat Valenciana.  
 - Hem posat en marxa el Pla de Revitalització de les Comarques de l'interior i el Pla de Milora de Múrcia.  
 - Impulsam els grans esdeveniments que generen un impacte econòmic de 8.000 milions d'euros, 240.000 ocupadors i que s'han convertit en motor econòmic de la Comunitat.  
 - Som una marca símbol de cooperació i integració a Europa i rebem sempre en projectes de màg ambats.  
 - La nostra acció per Europa genera més de 100 milions en mercat productiu.  
 - Som líders europeus en la revitalització dels recursos hídrics.

**SOM Comunitat** **SOM CV** **impulso** CONSELLERIA DE CULTURA I DEPORTE **GENERALITAT VALENCIANA**

EN LA CONSELLERIA DE CULTURA I DEPORTE **trabajamos porque la cultura, el deporte y los bienes estén al alcance de todas las personas en la Comunitat** **volver**

**SOMOS futuro**  
 Medidas en las que estamos trabajando:  
 Ampliar el número y mejorar las infraestructuras culturales y deportivas.  
 - Dar vida al MURSA.

**SOM Comunitat** **SOM CV** **SOMdiversió** **GENERALITAT VALENCIANA**

**Possa a proba**  
 Els teus coneixements sobre LA COMUNITAT VALENCIANA **tornar**

17. Quin conjunt monumental es realça en l'Estatut d'Autonomia com a temple espiritual, històric i cultural de l'antic Regne de València, i és, igualment, símbol de la grandesa del poble valencià reconegut com a nacionalitat històrica?

A- El monestir de Santa Maria de la Valldigna  
 B- El monestir del Puig  
 C- La cartoixa de Valldescrist

Molt bé! Pots anar a la següent pregunta: **SEGUENT**

**A examen**

**SOM Comunitat** **SOM CV** **SOMdiversió** **GENERALITAT VALENCIANA**

**Possa a proba**  
 Els teus coneixements sobre LA COMUNITAT VALENCIANA **tornar**

25. Com s'anomena l'important torneig de golf que se celebra a Castelló?

a. Castelló Masters Costa Azahar  
 b. Castelló Súper Golf  
 c. Castelló Master de Golf

¡Enhorabuena!, sólo has fallado 151 veces **VOLVER**

**A examen**

torneig de golf de Castelló. S'hi veu tot de gent rient: joves, avis amb els nets, un grup d'adolescents que més aviat fan pinta de gaudir de beques Erasmus, metges que remetien a les sèries nord-americanes més que no a La Fe, el planeta Terra girant rapidísim, tot desafiant les tesis de Galileu... Una Terra que després ix envoltada de gent a l'estil dels dibuixos animats de Willy Fog.

Un minut densísim.

**Moltes sorpreses més.** A continuació se'ns obre un ventall de possibilitats: podem consultar què diu que han fet, què diu que fan i què diu que pensen fer les catorze conselleries valencianes, ocultes rere contundents substantius.

La primera, "Som prevenció", és la conselleria de Governació. Hi dóna pas un bomber i el seu extintor, i informa que la Generalitat ha adquirit el "nou" helicòpter Jaume I –en realitat ha estat

llogat, repintat i rebatejat–, i també que es fan "helisuperfícies" [sic]; Fontanars dels Alforins és "La Font dels Alforins" –en versió valenciana– i "Fontanar dels Alforins" –en la castellana–, i el "Pla d'Infraestructures i Seguretat de la Comunitat Valenciana" és abreujat PRISE –en valencià– i PLISE –en castellà.

"Som vertebració" és la conselleria de "Presidència" [sic], i és representada per un jove amb els calçotets per fora que celebra un gol envoltat del bòlid de Fernando Alonso, d'una pilota de tennis i d'un grup de velers. Això és, diuen, "una Comunitat vertebrada i líder a Europa".

Al tercer lloc hi ha "Som energia", que parla d'Infraestructures i Transport a través d'una xica jove que mira d'enlairar un avió de paper al costat d'un metro, un molí de vent, un avió i una placa fotovoltaica. Entre les propostes, una d'inconexa: "Servici el TRAM en la nova xarxa de tramvia d'Alacant" [sic].

"Som CV", la darrera campanya institucional de la Generalitat Valenciana –als diaris, ràdios, televisions i a la xarxa–, mira d'engrandir encara més l'autoestima dels valencians. El video diu que "hui som un lloc de referència a tot el món". Els continguts són tan optimistes com els darrers discursos de Camps i la ponència "Sí a la vida, Sí al futur, Sí a la Comunitat Valenciana, Sí al PP", que els populars van aprovar al seu recent congrés. **Vertebració, per exemple, equival a grans esdeveniments. La pàgina, però, és farcida de faltes ortogràfiques i de puntuació.**

La conselleria d'Immigració i Ciutadania es presenta com "Som integració", i ho fa mitjançant una atractiva jove que potser és brasilera, acompanyada de dos xiquets negres. Segons la versió castellana, som la "Primera Comunitat de Espanya" [sic] a destinar el 0,7% del pressupost al tercer món, per bé que anys anteriors una part d'aquesta partida va acabar a la Copa de l'Amèrica. Parla de "xiquets, refugiats, desplaçat" [sic].

"Som progrés" engloba l'àrea d'Economia, Hisenda i Ocupació, i ve de la

mà d'una jove empresària que parla per telèfon mòbil enmig d'una ploma estilogràfica, una calculadora, un feix de bitllets de 100 euros i una muntanyeta de monedes d'euro. Al text, hi ha expressions com ara "5,3 milions de metres quadrat" –en la versió castellana, "5,3 millones de metros cuadrado"–; a la crisi, curiosament, s'hi refereixen com fins fa poc ho feia José Luis Rodríguez Zapatero –"un moment econòmic com el que estem passant", "estos moments difícils per a la nostra economia" o "desacceleració econòmica"–, i en un moment hom parla en primera persona: "He de ressaltar que" [sic]. La Generalitat pren forma humana, doncs, i aprofita aquest fet únic per informar-nos d'un

El departament de Sanitat és ací "Som salut": en aquest cas sí que hi ha un home –i un microscopi, i un llum de quiròfan i la nova Fe, que esdevindrà "un referent europeu"–, un home que, quan parla en castellà, es menja preposicions: "unidades salud mental", "centros orientación familiar" i "una media 1,9 millones de urgencias sanitarias", diu.

Turisme és "Som inolvidables", i és introduït per una xica jove que fotografa el Palau de les Arts. La millora de la qualitat de les infraestructures turístiques apareix com a "millorara"; en un paràgraf, la Xarxa Tourist Info compta 15 oficines noves i un total de 153 en actiu, i 17 de noves i 157 en total al paràgraf següent, tant en valencià com en castellà.

meix l'activitat de Cultura i Esport. Una altra parella jove –tota de blanc, a l'estil eivissenc– aixeca els braços i somriu al costat de pilotes i pals de golf, d'un cavaller medieval i de les torres de Serrans. Bona part de la cultura de què parlen té a veure amb el monestir de la Valldigna –temple espiritual del poble valencià inclòs a l'Estatut gràcies a l'obstinació de Camps– i amb l'exposició "La llum de les imatges". En castellà, es parla de "Cinematografía" i de "Sistema Valenciana d'Arxius en Zarza" [sic].

Indústria, Comerç i Innovació és "Som innovació" –poca imaginació, en aquest cas–, i al davant de tot de provetes hi ha... un home d'edat mitjana. La secció diu que s'han retirat 74.700 productes perillosos i afirma que l'Institut Valencià de l'Exportació (IVEX) és "la segona major infraestructura autònoma en l'exterior a nivell nacional". Que li ho diguen a Julio Iglesias... O a Eduardo Zaplana, que va aconseguir enviar com a becari als Estats Units el seu nebot, Eduardo Gordo Zaplana, tot i no saber anglès.

"Som futur" detalla les actuacions de la "Conselleria de Educació" [sic], amb una xiqueta llegint sobre una pila de llibres. El text recorda que "per primera vegada, una assignatura s'imparteix en anglès en tot el sistema". No diu de quin matèria es tracta.

Per últim, "Som família", l'àrea de Benestar Social, és exposat per un avi i la seua néta enmig de tot de flors i de palmeres. Una imatge ben bucòlica que suavitzava formes com ara "vullguen".

**Som suport.** Tot seguit hi ha tres apartats que alleugereixen una mica la càrrega informativa a què hem tingut accés. El primer, "Som suport", explica les ajudes i subvencions a què hom té dret en cinc àmbits, i indica com optar-hi. La més extensa de totes és, de llarg, l'adreçada a les empreses. Pel que fa a la Conselleria de Governació, els enllaços no són actius: tan sols fa referència a les ordres dictades per la Generalitat. En el tercer cas, parla de "jóvens treballadors europeos" [sic]. Pel que respecta a les ajudes a les famílies, s'hi inclou el projecte "No estigues només per Nadal", que sembla un retret a tots aquells que, malauradament o perquè així ho volen, tan sols visiten els seus familiars en



La campanya "Som CV" inunda els carrers del País Valencià en tot de formats. La rotunda afirmació de les sigles CV és una clara contraposició als socialistes, que al seu darrer congrés nacional van debatre d'incloure-les al nom del partit, per bé que al final van mantenir la denominació PSPV.

altre cas increïble: que els comptes estan "sanejats i en equilibri".

La conselleria de Medi Ambient, Aigua, Urbanisme i Habitatge manlleua el fatídic nom "Compromís". Una parella de joves en un paratge tropical i amb flamencs exòtics fan servir la forma "any darrer any" [sic].

"Som naturals": la conselleria d'Agricultura, Pesca i Alimentació, és presentada per una jove amb davantal, envoltada de taronges, raïm i un peix, que carrega una bossa de cartó farcida d'aliments.

L'agència INVAT-TUR és previst que s'obri "durant el 1er trimestre de 2009. 3er trimestre 2009" [sic], una indefinició que també té en castellà. Hi ha l'adjectiu "àmplia", per comptes de la forma verbal "amplia", i la fórmula doblement errònia "Nort-Sur".

Justícia i Administracions Públiques –sort que ací no ha caigut la lletra ela– és "Som eficàcia" [sic], i el jutge –com el metge– és de gènere masculí. Parla de "víctimes del delictes".

"Som impuls" és el títol que resu-

aquelles dates, però que en realitat és una mala traducció del castellà, “No estés solo por Navidad”. Finalment, l'apartat dedicat als immigrants té múltiples possibilitats... Però com els camins que menen a Roma, en aquest cas tots els clics remeten a una mateixa plana: la de les ajudes a l'emancipació dels joves de 24 a 30 anys que patrocina (maledicció!) el Ministeri de l'Habitatge i que gestionen les autonomies.

**Som adrenalina.** En aquest camp se'ns explica en què consisteixen alguns dels “grans events esportivos” [sic] amb seu a València, Alacant i Castelló de la Plana. “A diferència de Montecarlo, a València és possible fer avançaments”, per exemple. A València, el *box* i el *pit lane* són als “tinglados” [sic] del port.

El Valencia Open 500 de tennis convertirà la ciutat en “lloc de visita obligada per a tots els seguidors d'aquest esport”, amb seu “a un lloc incomparable”.

La Volvo Ocean Race –que ha partit d'Alacant, on també hi farà cap– situa la capital del sud com a “centre mundial de la vela, dels mitjans de comunicació nacionals i internacionals i dels millors navegants del món”.

Pel que fa al Castellón Masters Costa Azahar, permet que “la marca Comunitat Valenciana estiga present en més de 550 milions de cases de tot el món”.

**Som diversió.** La pàgina mereix un final com cal, i el troba a l'àrea recreativa. Ens podem descarregar imatges del país i fons de pantalla, podem enllaçar amb uns altres portals de la Generalitat –al de l'IVAJ, ens hi envia en castellà, i al de Castelló Cultural, ni tan sols això–, i, sobretot, podem jugar a “Possa a proba els teus coneixements de la Comunitat Valenciana” [sic, de nou]. Hi ha 25 preguntes –de les falles o de la Ciutat de la Llum, per exemple– amb tres respostes cadascuna. Si fallem, no passa res: el programa ens respon “Segur?”, i ens dona tantes possibilitats com vulguem. Quan l'encertem, ens diu que “Molt bè! Pots anar a la següent pregunta” [sic]. Indefectiblement, al remat ens dirà, en castellà: “¡Enhorabuena, sólo has fallado 151 veces!”, o les que siguen.

Enhorabona, tu també ets molt fort.

*Victor Maceda*



Francesc Camps va encetar el darrer any de la seua primera legislatura amb la campanya “Més Comunitat”, a la recerca del vot indecis amb vista al 27 de maig del 2007. N'hi hagué més.

## En un país multicolor

“Som CV” és el darrer lliurament d'un llarg seguit de campanyes pagades amb diners públics i que lloen sense embuts la feina del PP. La fusió de la propaganda electoral dels conservadors i dels missatges de la Generalitat és absoluta. Destriar-los esdevé una feina d'alquimista.

**E**nemic declarat de Silvio Berlusconi, el polític italià Giovanni Sartori ha fet famosa l'expressió *videocràcia*. Va incloure-la al seu llibre *Homo videns: la sociedad teledirigida*, i amb ella volia destacar com és d'important la imatge en el procés de formació de l'opinió pública. “La percepció emocional i acrítica del missatge és molt rendible electoralment, però ens submergeix en una democràcia buida i superficial”, escrigué Sartori el 1997.

Francesc Camps no és cap magnat de la comunicació, però ha suplrit aquesta mancança amb una gran avidesa a l'hora de gestionar l'erari públic i a l'hora d'ad-

judicar canals de televisió (vegeu pàg. 40-41). Camps no s'ha estat d'encadenar campanyes institucionals, una rere l'altra, i a més les ha barrejades amb algunes de sufragades pel seu partit: l'última del segon grup, “1 de cada 5 valencians no existeix per a Zapatero. Podries ser tu”, no porta cap logotip i ha eixit a la llum al mateix temps que “Som CV”.

Els dos darrers anys –de la precampanya dels comicis autonòmics i municipals del 2007 ençà–, els populars hi han esmerçat recursos a cabassos. Milions i milions d'euros –en el cas de la Generalitat, diversificant la despesa entre una desena de conselleries– que han omplert