

2023



VIII PREMIO NUEVA CULTURA DEL TERRITORIO

22 de junio a las 18:00

Salón de Actos de la Biblioteca Regional de Madrid

"Joaquín Leguina".

Colabora:



Organiza:



CATEGORÍA DE DIVULGACIÓN

Televisión Divulgativa FORTA

Laudatio: Ignacio Molina de la Torre

Permítanme comenzar con **una nota personal**. Cuando comenzaba a preparar esta intervención, al pensar en FORTA mi mente me llevó a los veranos de mi infancia y adolescencia. Al ir de vacaciones a Cataluña o a Galicia, nuestra curiosidad nos llevaba siempre a buscar en la televisión esos canales a los que no teníamos acceso en Valladolid. Nos permitían conocer mejor los lugares que estábamos visitando, y también nos ayudaba a normalizar, para alguien que viene de Castilla y León, el plurilingüismo de nuestro país, una riqueza que debemos cuidar y proteger.

Hoy, con la tecnología, con las ofertas de canales de televisión y la programación disponible en internet, **las barreras para acceder al contenido generado de las distintas corporaciones que conforman la FORTA, se han eliminado**. Y con ello, sus posibilidades de divulgación se han multiplicado, sin perder el contacto con su territorio más próximo.

Esta **capacidad para dar a conocer las distintas realidades territoriales de España, de mostrar los principales valores** de nuestro extenso y diverso patrimonio ambiental y cultural, paisajístico, patrimonial, histórico, de formas de vida, etc. es, sin duda, uno de sus valores más importantes, una de las razones que resaltan el interés social de las radios y televisiones territoriales, y **justifica este reconocimiento** desde la Geografía a la FORTA y las corporaciones de medios que la integran.

Desde la geografía sabemos por experiencia que **no es fácil dar a conocer y explicar, de forma clara y amena, la complejidad del territorio** en general, de cada uno de los territorios en particular.

No es sencillo mostrar la cultura del territorio, desde lo cotidiano, desde la puesta en valor de nuestras actividades, del conocimiento y reconocimiento de las dificultades del día a día en nuestros pueblos, de la identificación de los valores culturales que nos unen y nos representan.

Por ello, debe destacarse que, **a lo largo de los años, han sido muchos los programas de la FORTA que han puesto en valor el territorio próximo en las distintas cadenas o en producciones propias**. Individualizar este reconocimiento es prácticamente imposible, puesto que, con toda seguridad, habría omisiones involuntarias pero claramente injustas.

En la base del reconocimiento que hoy se hace, desde la ciencia del territorio, al trabajo de divulgación de tantos profesionales en el ámbito de la FORTA, debemos destacar que las corporaciones de medios que conforman la Federación, en Andalucía, Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Galicia, País Vasco, Canarias, Castilla-La Mancha, Murcia, Aragón, Asturias e Islas Baleares, a través de su trabajo, **difunden los valores y principios que inspiraron, y siguen inspirando, el Manifiesto por una Nueva Cultura del Territorio**.

Un manifiesto **plenamente actual, que debemos leer e interpretar a la luz de las transformaciones** sociales, económicas, ambientales y territoriales que estamos viviendo.

Precisamente, **en un momento en el que los cambios se han acelerado e intensificado** sin que haya un botón de “pausa”, que no nos es sencillo asimilarlos, que muchas personas y muchos lugares ven que quedan al margen o se sienten perjudicados, y que, como es evidente, corremos el riesgo de que se extiendan posiciones negacionistas en muchos ámbitos como el clima, la salud, la transición verde..., **es fundamental conocer bien nuestra realidad territorial, y los efectos e impactos, positivos y negativos, que las grandes transiciones (digital, verde y demográfica) están generando en nuestras comunidades, en nuestro día a día.**

Por ello, es fundamental la divulgación de esta realidad, y para ello querría destacar algunas de las líneas que conectan de forma clara la labor de la FORTA y la divulgación de la cultura del territorio.

- En primer lugar, **la importancia de conocer el medio ambiente** que nos rodea, muy especialmente en torno a la necesidad de proteger y conservar, y cada vez más, restaurar nuestros valores ambientales, y en la necesidad de poner en el centro la transición verde en todas sus dimensiones.

Podríamos recordar los 22 años ininterrumpidos de *“El medi ambient” en Cataluña*, desde 1992, sin duda un referente a la hora de divulgar cuestiones de biodiversidad. Un testigo que vemos recogido en *“Esta es mi tierra”, en Aragón*, en el que partiendo de la meteorología y el clima, se tocan aspectos clave de la emergencia climática y el territorio, desde el rigor científico, y aproximándose a lo local.

Y muy importante, en este y en otros programas, **dando pie a la participación pública**, mostrar con vídeos e imágenes. Empezando por lo espectacular, lo excepcional, pero **construyendo un mosaico común que muestra cómo percibimos nuestro paisaje y nuestro territorio**, a qué damos más valor y qué entendemos como riesgos.

O en esa *“Balears Salvatge”* y ese *“Arxipelag blau”*, que nos muestran la **riqueza ambiental de las islas Baleares**, pero también su vulnerabilidad ante la triple crisis climática, de contaminación y de pérdida de biodiversidad.

- En segundo lugar, dentro de la divulgación del territorio y sus valores culturales, las corporaciones de la FORTA han sido **referentes a la hora de mostrarnos la importancia, la diversidad y la fragilidad de nuestras áreas rurales y nuestros pueblos**. Es, seguro, uno de los principales nexos de unión entre FORTA y el conocimiento geográfico.

Cómo no hacer referencia a esa **ventana al medio rural** que representan programas como *“Terra Viva”*, en la Comunidad Valenciana; o los 400

“Pueblos” que nos han dado a conocer en Asturias, esas aldeas que vuelven a reivindicarse como un modelo de poblamiento plenamente adaptado a las transiciones actuales.

O, desde el humor, la visita a pueblos pequeños pero grandes infiernos en el País Vasco (*“Herri Txiki, Infernu Handi”*). Incluso una comunidad como Madrid, tan urbana, tiene en *“Entre pueblos”* una ventana a sus pequeños municipios a través de la televisión.

- En esta divulgación de lo rural, se ha puesto una **especial atención a las actividades tradicionales de nuestros pueblos, a las actividades agrarias.** Actividades, y, sobre todo, iniciativas locales como las que nos presentan en *“Trotacampos”* en Castilla-La Mancha, en el *“Diario del Campo”* en Murcia, o en el *“Tempero”* aragonés.

Iniciativas que también vemos reflejados en esos *“Canarios de campo y mar”*, un escaparate a la actividad primaria, del campo y la mar canaria, que nos permite conocer producciones, tradiciones, patrimonio y paisajes, pero sobre todo personas y proyectos vitales comprometidos con su territorio.

- Y, en relación con la capacidad de divulgación de la FORTA acerca de la nueva cultura del territorio, permítanme que me detenga en una cuestión que me es muy próxima, por origen y por dedicación actual. Si las corporaciones autonómicas han puesto **mucho énfasis en dar a conocer su medio rural, sus pueblos, no lo han hecho desde la nostalgia sino desde la reivindicación de que nuestro medio rural tiene futuro**, a pesar de las evidentes dificultades y las brechas de desigualdad que persisten entre las ciudades y el medio rural.

Un medio rural que encuentra en la **mejora de la cobertura digital un nuevo espacio de oportunidades**, y que, en la pandemia, pudo mostrar que hay aspectos de la calidad de vida que, quizás, desde una visión urbanocéntrica del progreso, habíamos olvidado, pero que son importantes y encontramos en las pequeñas comunidades rurales.

Un cambio que se concreta en un movimiento de población en los últimos años hacia los pequeños municipios, y que se visibiliza en programas como *“Los Repobladores”* en Andalucía, que nos muestra las posibilidades para vivir y trabajar en el medio rural, tanto en las actividades tradicionales como en ámbitos muy innovadores.

O, en Galicia, donde conocimos a los *“Desertores do asfalto”*, personas que, en muchos casos, dejaron las ciudades para ir a vivir al medio rural gallego. Por cierto, nuevos rurales que llegaron antes de la pandemia, lo que muestra que esa tendencia es previa al shock sanitario.

- Y, finalmente, no quería cerrar este brevísimo y limitado repaso, sin **referirme a las áreas urbanas**. Porque vivimos en una sociedad mayoritariamente urbana desde el punto de vista de la concentración de población, actividades y renta, y por ello, también los medios de comunicación reflejan y muestran esta parte tan importante de nuestro territorio.

Sin duda, es **la parte que entra más en contradicción con la nueva cultura del territorio**, aquella en la que sigue siendo más necesaria **recordar esa “gestión prudente del territorio”**.

Y, por ello, es importante conocer bien los procesos que explican el crecimiento urbano de las últimas décadas, por ejemplo en una gran ciudad como Madrid, y *“Desmontando”*, de forma amena, la historia de su expansión urbana y los proyectos de futuro. Sin duda muy útil para, con espíritu crítico, reflexionar sobre el crecimiento urbano y la cohesión territorial en nuestro país.

En definitiva, con este pequeño recorrido por el “territorio” de los medios de la FORTA simplemente se pone de manifiesto **el esfuerzo hecho, el recorrido realizado, las posibilidades para dar a conocer y mejorar nuestra cultura del territorio**.

Pero también nos recuerdan la **necesidad de contar con medios de comunicación**, desde su reconocimiento constitucional para la difusión de una información veraz, **contribuyan a mejorar el conocimiento de nuestras comunidades** y a acercar la realidad territorial, en su complejidad, con sus dificultades y sus potencialidades, que favorezca la transparencia en la acción pública y en la toma de decisiones, y, en definitiva, que contribuya, como actores relevantes, en la mejora de la calidad democrática a través del conocimiento y la difusión de nuestros valores territoriales.

Sin duda, un reconocimiento merecido, y una función que debe continuar en el ADN de las corporaciones de medios y la FORTA.

Muchas gracias