

Gandia, dels Borja a la teleporqueria



EFE

Els vuit participants de *Gandia Shore*. D'esquerra a dreta: Arantxa, Labrador, Core, Gata, Abraham, Clavelito, Ylenia i Esteban.

“Gata es muy morbosa y explosiva”; “es la mejor gata cachonda que he encontrado por ahí”; “es la más viciosa de la casa”, diuen successives veus en *off* mentre es veu la imatge d’una xicota de vint-i-pocs, cabells llisos, de ros hiperoxigenat, pits superlatius. A les mans, un punxó amb què joguineja amb unes salsitxes que es carbonitzen a sobre d’una barbacoa. I aleshores, és la rosa explosiva qui pren la paraula: “Soy Cristina, pero me llaman la Gata”.

El clip, penjat a la web de MTV-España, era només un aperitiu, un de tants ganxos per a aconseguir que milers de persones es col·locaren davant el televisor a veure l’enèsim producte extret directament dels contenidors de la teleporqueria. El que es va poder

Mentre Alberto Fabra fa una crida a polítics i ciutadans per “defendre la marca Comunitat Valenciana”, MTV-España emet ‘Gandia Shore’, un programa de telereality enregistrat a Gandia on vuit joves es dediquen a promocionar la imatge més barroera de la capital de la Safor. L’espai ha aixecat una bona polseguera en una ciutat que s’havia distingit per la promoció dels Borja i els clàssics de la literatura catalana.

veure diumenge 14, a les 22 hores i en sessió doble, va estar a l’altura de les expectatives creades amb clips pro-

mocionals com el de Gata: vuit països (quatre espècimens del gènere masculí i quatre del gènere femení) conviuen



Xalet on s'ha gravat *Gandia Shore*, propietat dels sogres d'una regidora del PP, segons l'oposició.

durant un mes en una casa a la vora de la mar i consagren la seua vida al bucle sexe-borraxera-festa; un còctel d'egos on ells es disputen el títol de "míster bíceps" i elles aspiren a obtenir el guardó de "miss mamelles millor col·locades". El primer dia d'emissió serví per a deixar una mostra de la sapiència amb què els participants il·lustraran els telespectadors que d'ara endavant dediquen els diumenges a la nit a visionar aquest *docu-reality*: "Me encanta mi culo"; "Aparte de los músculos, quiero entrenar el rabo"; "si no les gusto, tienen un problema"; i la definitiva "tú no eres choni, eres requetechoni". Perquè, al capdavant, el nou programa de MTV-Espanya és això: el *chonisme* elevat a l'enèsima potència; la vulgaritat entronitzada; el xaronisme convertit en plat catòdic, escalfat i preparat per a menjar en dosis ràpides a l'espera de la pròxima ocurrència televisiva.

La nova criatura porta per nom *Gandia Shore*, perquè és a Gandia que la productora Magnolia ha estat enregistrant i és a Gandia on hi havia la casa i les discoteques on els participants han fet gala de la seua vulgaritat. Amb tot, el format no és genuí. *Gandia Shore* és la versió espanyola de *Jersey Shore*, un programa que va començar a emetre's l'any 2009 i els protagonistes del qual són vuit italoamericans que conviuen a la costa de New Jersey i consagren la seua existència, com en el cas gandienc, a beure, cardar, eixir de festa i, de tant en tant, embrancar-se en alguna

Pepe Just (regidor): "Miami es posà de moda per 'Miami Vice'. 'Gandia Shore' no dóna bona imatge, però sí repercussió"

brega. Després de l'èxit nord-americà, la MTV exportà el model al Regne Unit el maig de 2011 i el batejà com *Georgie Shore*, ja que l'acció es situava en una regió del nord-est d'Anglaterra anomenada així. Tant l'original com la seua seqüela anglesa han obtingut un èxit aclaparador d'audiència. El diumenge 14 a la nit, *Gandia Shore* va obtenir un 4,8% d'audiència. En el moment de màxim seguiment, 1,2 milions de telespectadors observaven les peripècies d'aquesta bandada de vividors. Fou, segons la MTV, "el millor debut de la TDT des de l'apagada analògica". Les referències al programa el situaren com un dels *trening topics* a les xarxes socials.

Plató 1: Gandia. L'emissió del programa, però, ha alçat una polseguera especialment densa a Gandia. La capital de la Safor és el plató sobre el qual s'ha gravat i interpretat un programa

que basa el seu èxit en la promoció del *poligonerisme*. En *Gandia Shore* es carda quasi obsessivament; no es beu res que no tinga graduació; i s'adopta la ganduleria com a mode de vida. I si bé és cert que la pràctica totalitat de les imatges s'han rodats a l'interior del xalet o en discoteques de la platja, no és menys cert que el programa ha acabat apropiant-se el nom de la ciutat. L'espai de la MTV es diu *Gandia Shore*, i no *Salou Shore* o *Benalmádena Shore*. I això, agrade o no, té un impacte determinat per a la reputació d'una ciutat que en les dues últimes dècades havia treballat molt seriosament per construir-se una imatge cultural potent.

Al capdavant és a Gandia que va residir la família Borja des de 1485; que van nàixer Ausiàs March, Joanot Martorell o Roís de Corella; o que es va instal·lar la primera universitat de la companyia de Jesús l'any 1549. Els successius governs municipals havien aprofitat aquesta matèria prima per a promocionar Gandia en l'àmbit cultural, per a donar-la a conèixer més enllà de la fórmula típica del sol i platja. L'esforç promocional, però, ha saltat pels aires amb l'emissió d'un programa que, com *Gandia Shore*, es dedica a promoure el turisme de borraxera. "Construir un discurs turístic alternatiu al sol i platja requereix molt d'esforç i molta paciència —es lamenta Néstor Novell, qui fou director del gabinet de polítiques de prosperitat i empresa durant la passada legislatura—, però genera capacitat d'atracció. El model que es vol promocionar ara és el dels anys setanta".

Marca "Comunitat Valenciana"

"Que es torne a parlar en positiu de la Comunitat no ha de ser només un objectiu del Consell, ha de ser un pacte entre tots els representants dels valencians. No danyar mai la marca Comunitat Valenciana és el primer gran acord que hauria d'eixir d'este debat de política general." Qui així parlava el 25 de setembre a

Des de l'actual govern municipal, però, l'emissió de *Gandía Shore* no es veu amb tant d'escepticisme. L'Ajuntament de Gandia és capitanejat des de maig de 2011 pel popular Arturo Torró, un empresari amb participacions en una vintena de mercantils a qui alguns dels seus detractors han batejat com 'Torrosconi', en referència a Berlusconi. Torró aconseguí en les darreres eleccions arrabassar l'alcaldia als socialistes, que l'ostentaven des de l'any 1983. Des que es convertí en primer regidor, Torró ha fet un gir de 180 graus respecte de les polítiques anteriors: on abans es promocionaven els escriptors del segle d'or de les lletres catalanes, ara es promocionen els concerts de Julio Iglesias i les actuacions d'Arévalo i Bertín Osborne; on abans s'acollia una exposició de l'obra social de LaCaixa, ara s'instal·la una plaça de bous; on abans es promocionava l'encant comercial del nucli urbà, ara es posen tots els focus sobre les virtuts del Grau de Gandia i la seua platja. L'emissió de *Gandía Shore* és "l'epítom de la devaluació que pateix Gandia", a parer de Santiago Laparra, historiador i membre fundador del Centre d'Estudis i Investigació Comarcal Alfons el Vell. La capital de la Safor ha estat, segons Laparra, "una ciutat mitjana amb una tradició i un nivell cultural i literari molt alts, que s'ha anat consolidant des de la transició. Ací, amb molts menys recursos que no a la capital, València, s'ha gestionat una cultura modesta però d'avantguarda". *Gandía Shore*, hi afegeix Laparra, "és apologia de la indecència, un insult a la intel·ligència



Dalt, la regidora socialista Diana Morant i el seu company de files Vicent Mascarell. Baix, el regidor de platges Pepe Just (esquerra) i Facund Puig, de Bloc-Verds Compromís.

la tribuna d'oradors de les Corts Valencianes era el president dels valencians. Alberto Fabra feia una crida a defensar la imatge d'un territori que en els darrers dos anys a base d'aeroport sense avions, presidents corruptes, rescats i estudiants sense calefacció ha esdevingut l'exemple de tots els excessos. Dinou dies després d'aquella declaració solemne, la MTV estrenava *Gandía Shore*, un programa que difícilment contribuirà a assolir l'objectiu de "netejar" la imatge de la "Comunitat Valenciana". Dels 8.111

pobles i ciutats que hi ha a l'estat, els promotors del *Shore* espanyol han triat una ciutat valenciana per donar nom a un producte televisiu que entronitza la vulgaritat i el barroerisme. A més, els valencians tenen l'honor d'estar sobrerrepresentats entre aquest elenc de malfeiners: cinc dels vuit participants procedeixen del País Valencià (dos són madrilenys i una, Core –anomenada així per la seua afició al *hard-core*–, de Vic). D'entre ells, és Ylenia qui de moment està fent més gala de la seua procedència. "Soy Ylenia, Ylenia de

Benidorm" és la seua falca particular. En el primer capítol, inspirada pels efluvis del jacuzzi, va enumerar els encants de la ciutat de la Marina Baixa, davant els seus companys de rodatge: "La fiesta de Valencia? En Benidorm!! Dónde está todo? En Benidorm!! Dónde voy de vacaciones? A Benidorm!! Dónde están los mayores pivones? En Benidorm!!". A la vehemència d'Ylenia responia després la catalana Core, molesta amb l'agressivitat de la benidormera: "Yo soy de Vic. Qué hago? Le enseño un fueu?".

De Lloret a Benidorm, passant per Mallorca

Que una ciutat de casa nostra esdevinga el plató de rodatge d'una sèrie televisiva no és, en realitat, novetat. Les platges de la Mediterrània han esdevingut en els últims anys l'escenari de diverses sèries de telerealtà emeses a l'estranger. En la majoria s'alimenten els estereotips del model de sol i platja i es fomenta un turisme de borratxera, els principals ingredients del qual són piscina, alcohol i fornici. Tots tres elements hi eren ben presents en *Geordie Shore: locura en Mallorca*, un especial de la versió britànica de *Jersey Shore*, en el qual els vuit participants britànics passaven unes setmanes a Magaluf. En el vídeo promocional, un grup de *mariachis* rebia els nouvinguts a l'aeroport. "Per a traure les tripes per la boca, m'estime més fer-ho a Magaluf", deia un dels participants. "A Magaluf pots cardar amb una tia per nit". La presència dels *Shores* a Calvià i la imatge que se'n transmetia provocà certa preocupació entre el sector hotelier mallorquí. Tanmateix, alguns han convertit allò en una oportunitat de negoci: aquest estiu el grup Melià va llançar via Facebook el concurs Geordie Shore Experience, on es demanava als qui hi volgueren participar que enviaren una fotografia que reflectira el seu esperit de festa, a l'estil dels concursants del *reality*. Els guanyadors podien obtenir un cap de setmana pagat al Calvià Beach Resort.

Més polèmica va suscitar al Principat l'emissió en una televisió alemanya de *We love Lloret*. El programa gravat a Canyelles de Lloret seguia el guió de *Jersey* i *Geordie Shore*, amb la particularitat que, en aquest cas, hi col·laborava Francis Hage, un empresari d'oci conegut com Don Francis, que feia d'amfitrió als vuit participants en el seu recorregut nocturn. El malestar generat pel programa va dur l'Ajuntament de Lloret de Mar, a mans de CiU, a declarar Hague persona *non grata*. A les queixes també es va unir la patronal dels locals d'oci nocturn català, Fecasarm, que considera que *We love Lloret* atrau un perfil de turista "amb mala imatge".

Tot just el contrari és el que han fet al sud del país. Benidorm és, de fa cinc anys, la font d'inspiració d'una comèdia que emet la cadena britànica ITV1. La sèrie –cal reconèixer-ho– no té com a base argumental els excessos èlfics i sexuals dels seus protagonistes ni segueix el format de telerealtà de les dues anteriors. *Benidorm*, que així es diu el programa, ressegueix les peripècies de 15 personatges britànics de vacances a la Marina Baixa. Lluny de desconfiar-hi, tant l'estament polític com l'empresarial benidormers estan encantats amb el programa. I això és tan cert que el proppassat setembre l'ajuntament va erigir una placa d'homenatge als creadors de la sèrie, en la qual s'agraeix "el treball de promoció que des de Gran Bretanya es fa de la ciutat" a través de *Benidorm*.

de les persones i al treball fet fins ara en benefici de la ciutat".

El model 'Miami Vice'. Amb tot, des de l'ajuntament es defensen dient que no van "ser informats de la gravació del programa" i que, en la mesura que aquest fou enregistrat en indrets privats "no pot actuar de cap manera", explica a EL TEMPS el regidor de platges, Pepe Just. Des dels grups de l'oposició han especulat amb la possibilitat que fóra el mateix govern

municipal qui promocionara Gandia per a acollir la versió espanyola de *Jersey Shore*, extrem que Just desmenteix. Aquest setmanari s'ha posat en contacte tant amb la productora, Magnolia, com amb el canal MTV per saber per què es va triar la capital de la Safor, però tots dos han declinat fer declaracions. Per a Just, "des que hi ha aquest equip de govern, Gandia ha avançat com a destí turístic i és normal que aquest tipus de productores opten per gravar ací".

Tant PSPV-PSOE com Bloc han denunciat, a més, que el programa es va registrar al xalet dels sogres de la regidora d'ocupació Ana Penalba i que alguns dels locals d'oci on apareixen els participants són propietat de Pepe Just i un soci. El regidor de platges no nega cap de les dues coses. "Gandia és un poble i ací ens coneixem tots –diu, a manera de justificació–. Aleshores és normal que hagen visitat algun lloc amb vincles amb alguns dels qui estan en el govern municipal. En el meu cas, li van demanar permís al meu soci. Però això és a nivell particular i empresarial". Per a Diana Morant, regidora del PSPV-PSOE, "s'ha produït una confusió d'interessos molt poc sana". Morant recorda que al ple de setembre, el govern municipal va rebutjar obrir una comissió d'investigació per a esclarir la col·laboració entre el govern municipal i la productora. Facund Puig, del Bloc, està convençut que l'ajuntament era coneixedor de la gravació del programa però "ara han optat per desmarcar-se a la vista de l'escàndol que suposa, davant el seu electorat, donar suport a aquest programa".

Siga com siga, des de l'ajuntament no creuen que l'emissió dels 11 capítols de *Gandia Shore* pugui perjudicar la imatge d'aquesta ciutat de 79.000 habitants. "Si pensem en altres sèries, Miami es va posar de moda gràcies a *Miami Vice*, una sèrie on destacaven la droga i els assassinats –argumenta el regidor Pepe Just–. Si el contingut és picant i obscè està clar que no dona una bona imatge. Però, per una altra banda, també és veritat que situa el nom de Gandia en el mapa internacional, li dóna repercussió, per bé que ho faci amb un contingut que no satisfà absolutament les nostres aspiracions". De repercussió, li n'ha donada, això no es pot negar. Segons informava *El Mundo* a principis de la setmana passada, durant l'últim pont, una discoteca de la ciutat venia el paquet "Road Trip Gandia Shore", pensat per a madrilenys. Perquè Gandia és, segons el clip promocional que va circular les setmanes prèvies a l'emissió dels dos primers capítols, "fiesta, fiesta, playa, mucho ligoteo, levantarme tarde, chavalas impresionantes...".

Violeta Tena