

Tota la premsa valenciana es prepara per a una batalla a la tardor

Rotatives al roig viu (1)

La majoria de la premsa amb segell madrileny vol venir a València. I totes les capçaleres diües preparen un gran combat tecnològic, a fi d'oferir el millor noticiari. La cita calenta és la tardor.

Bild, el diari sensacionalista germànic poblat d'esdeveniments de sang i de navalla, propietat del magnat de la República Federal Alemanya, **Axel Springer Verlag**, manté el projecte de fer viatjar la seua capçalera fins a la capital del País Valencià, amb una redacció inicial de sis periodistes. Seria l'estrena absoluta a tot l'estat d'aquest rotatiu, competidor de les planes d'*El Caso*.

Springer ja facturava el 1986 els 1.225 milions de dòlars anuals, amb una plantilla en aquell moment de més d'11.000 empleats en tot el seu imperi *multimedia*. Premsa en les dues Alemanyas, diaris a Hongria, cine i vídeo, el *holding* d'Axel Springer participa en Espanya les revistes *Novias, Greca, Nuevo Estilo, Cómplice, Vi-talidad, Prima* i *Mucho Mas*, i sap molt bé que el gran nombre de residents de Berlín i Bonn en les costes valencianes va en augment, i que el País del Túria i el Xúquer és ric en feina a les comissaries.

Els tècnics de Springer també van instal·lar a Alcalá de Henares, Madrid, una impremta d'*offset* i rotogravat per al tradicional rotatiu *ABC*. El diari conservador de l'aristòcrata **Luca de Tena** que dirigeix **Luis Maria Ansón** vol abandonar les seues tradicionals casernes de Madrid i Sevilla i aterrar amb força a València. Aquesta seria la seua segona delegació al País Valencià. L'*ABC* ja es troba des de fa mesos a Alacant, amb una redacció animada per professionals com l'ex-president de l'Associació Alacantina de la Premsa, **Blas de Peñas**, ex-diari *Información*, o el seu redactor en cap, **Francisco Mira Candel**, procedent de *La Verdad*. Les noves pàgines d'Alacant i el sud comarcal embotides al diari no han variat massa les xifres de la seua clàssica venda, però als seus dos mil lectors militants, ha conseguit afegir prop de mil exemplars més, gràcies, sobretot, a un sòlid ingrés de publicitat, procedent d'entitats empresarials i privades i dels anuncis del poder institucional. L'escandalosa societat Geinco, abans Keystone Group, lligada a homes de **Manuel Rivas**, l'ex-tresorer de les finances

del PSPV-PSOE, vol ser l'encarregada de dur-lo.

ABC no és l'únic diari que vindrà fins a València amb bitllet de Madrid. El Grupo 16 de **Juan Tomás de Salas** també vol reforçar la seua sucursal valenciana, ampliant la redacció del rotatiu padrina del *holding*, *Diario 16*. Una plantilla informativa que també proveiria de notícies les planes couché de *Cambio*. En el mateix tren de tardor es trobaran, si els plans previstos no varien, *El Sol* madrileny de **Juan Antonio Martínez Soler** i *El Mundo* de **Pedro J. Ramírez** i **Melchor Miralles**, dos diaris que desitgen inaugurar edicions al País Valencià.

"M", EL VAMPIR

El País Valencià compta actualment amb el major nombre de projectes informatius de tot l'estat. La seua salut és bona, però molt més pels augments de publicitat que pel mercat real de lectors, molt desgastat. La duríssima lluita al pati de la premsa escrita estatal, obliga a espavilar-se la premsa casolana. "La premsa a Madrid ja no té espai suficient, s'ofega, i per això s'amplia cap a la perifèria. Ara el seu futur passa per l'eix Sevilla-València", assenyala un teòric de la comunicació. "Es l'efecte dòmino, el desplaçament de la Meseta a la costa, i dels uns als altres". Mentre que Guipúscoa es troba al primer lloc estatal en la venda de notícies impreses, Alacant ocupa el lloc 19 del conjunt peninsular, Castelló el 20 i València el 23.

Mediterráneo, noticiari de Castelló propietat de Pecsca, tira, en opinió tècnica d'OJD i l'EGM, prop de 7.000 diaris per a uns 45.000 lectors, i ja està tot preparat per a aparèixer a l'octubre o al novembre a Elx, i atendre des d'allà també la capital de l'Alacantí. El seu objectiu és entrar a la gran plaça de València. Afí al poder i combatiu des d'ell, *Mediterráneo* estaria disposat a perdre cent milions només d'eixida al primer trimestre. Durant els dos primers anys, segons fonts internes, el paper de la Plana

perdria diners.

Pocs beneficis, el diari no té pèrdues. *Mediterráneo* guanya oficialment uns 15 milions anuals, xifra que es podria allargar realment fins a uns noranta. El seu capital social és avui d'uns 120 milions. No obstant això, la casa assegura que gastarà 500 milions per anar a Elx-Alacant-València, producte de dues ampliacions de capital amb beneficis no repartits.

Diari d'accionariat liberal i divers—280 participacions de socis PSOE, CDS, UPV, o independents— els seus propietaris neguen l'existència de consignes i la dominació del partit d'**Alfonso Guerra**. *Mediterráneo* València serà, però, un diari del més pur aparell socialista. Un paper fidel a la Generalitat de **Joan Lerma**. Fonts professionals diuen: "Mediterráneo és una aposta clara del PSOE, que durà una col·lisió d'interesos a la ciutat". El camí no és de roses.

Tot està en guerra. Mentre els socis **Vicent Flames** i **Jaume Olleros**, 38 % de Pecsca i fidel duo empresarial de Joan Lerma i **Joan Roig-Mercadona**, han intentat comprar accions de *Las Provincias* i *Levante*, l'amo d'aquest últim, **Javier de Moll**, ha pretès fer-se infructuosament amb el *Mediterráneo*. Flames i Olleros podrien abandonar les seues accions al diari en altres socis. El 30 de juny expira el terme de transmissió lliure d'aquelles. Entre els accionistes no hi ha hagut unanimitat absoluta per a tirar endavant l'excursió cap al sud. Amb gent pròpia el PSOE controla un 40 per cent de Pecsca. La resta no ofereix grans problemes.

Vertebrar *Mediterráneo* és un antic somni de la màquina del PSPV, **García Miralles**, **Pérez Ferré** i el mateix Lerma. La mà de **Ximo Puig** està darrere de tot el projecte. Ex-diputat socialista i assessor de l'Honorable, com a director del gabinet de la Presidència, ell ha animat des de sempre la multiplicació triprovincial de l'informatiu. Puig mana en *Mediterráneo* i participaria del desig de l'aparell del PSOE de reduir la força que al sud té el president de la Dipu-



Totes les rotatives valencianes busquen canvis per a una nova batalla.

RAFA GIL

tació d'Alacant, **Antoni Fernández Valenzuela**, home no lermista.

L'aparició de "M" a València per la Via Elx-Alacant desequilibra un mercat parcel·lat i tranquil. En principi, *Mediterráneo* lliurarà una dura batalla per la publicitat institucional amb el *Levante*, amo indiscutible dels espots institucionals i de les seues fonts. Provisionalment, amb quatre col·laboradors en marxa, utilitza com a seu a València un pis del carrer d'Avellanes, a l'edifici on es troben els despatxos parlamentaris de les Corts. A un tir de pedra de l'oficina de Ximo Puig. El diari es traslladarà finalment a una planta de 1.500 m2. del carrer de Conca.

Benigno Camañas, el director, ex-columnista de *Las Provincias* i bon amic de Joaquim Puig, comenta: "No hi ha una data fixa per a eixir a València, però tot està a punt per a la tardor. Pensem en un diari global, de model diferent. No rosa, sinó molt lligat a la informació civil, amb ecologia, ciència, educació...etc". L'actual es re-

maquetarà abans de l'hivern.

"No hi ha un diari amb projecte de Comunitat", comenta Camañas. I adverteix: "No anem a València per derrocar *Levante* o *Las Provincias*". *Mediterráneo* vol una redacció òptima de 30 a 40 redactors a València. La indústria matriu continuaria a Castelló. **Xavier Andrés**, el seu ex-director, ara en Canal 9, podria tornar a dirigir-lo al sud.

Per a poder entrar també a València, el diari, que actualment llança sis suplementes i en té dos més en marxa, hauria de rendibilitzar a fons les edicions antípodes, la d'Elx i la de Castelló. *Mediterráneo* tindria el suport al Vinalopó Mitjà, de la cadena local Tele-Elx, Mundicable, que dirigeix el socialista **Antoni Rodes**. Fent un noticiari amb molta opinió, la seua venda podria oscil·lar de 8.000 a 10.000 exemplars.

Jaume Avellà Roig, ex-director general dels sistemes informatius de la Generalitat Valenciana i, fins fa poc, també de relacions informatives, ja ha estat nomenat ge-

rent del nou grup en expansió. Avellà va ser tècnic de Sigma, de Textiles y Confeccion, SA, Tycesa, -l'empresa de Sáez Merino, el sogre del secretari provincial de València del Partit Popular, Pere Agramunt-, i de la Cambra de Comerç de València. Avellà substitueix **Francisco Senón Rubio**, destituït del consell amb **Francisco Martínez-Rico**, per ser manolorivistes. És a dir, homes de l'actual dirigent valencià de Democràcia Socialista, **Manuel Rivas**.

ELS PROJECTES DE MOLL

El magnat aragonès **Francisco Javier Moll de Miguel** és el president i conseller-delegat d'Editorial Prensa Valenciana, el secretari de Prensa Asturiana i el vice-president de Prensa Canaria. Tot Prensa Ibérica, SA. Els diaris d'aquest antic empleat de la Banca Garriga-Nogués són, a més d'*Información* i *Levante* i el ja citat *La Opinión*, el *Diario de Las Palmas*, *La Nueva España*, *La Provincia*, *El Faro de Vigo* i *La Opi-*

nió de Zamora. Pròximament també serà seu un nou diari de Valladolid.

Moll, advocat i veí de Las Palmas de Gran Canària, va deixar el banc, els negocis immobiliaris i l'empresa de vigilància Seguridad-7 per a dedicar-se íntegrament al seu imperi de la premsa regional. Amb una excel·lent relació amb el PSOE, Javier Moll posseeix la majoria absoluta de les accions. Casat amb la tècnica en investigacions turístiques **Maria Aranzazu Sarasola Ormazábal**, familiar del gran amic de **Felipe González** i el PSOE, **Enrique Sarasola**, els seus dos diaris valencians van a tot vent, sota la direcció general de **Jesús Prado Sánchez**.

Ferran Belda, el director, natural de Xàtiva i ex-redactor del conservador *Las Provincias*, és contundent: "M'agradaria que hi haguera a València sis diaris, ho trobaria un bon senyal, però això és impossible." I respecte a l'arribada després de l'estiu de *Mediterráneo*, comenta: "Em semblaria extraordinàriament bé, però trobe molt difícil aguantar el projecte, i més una plantilla de 30 a 40 redactors. Al voltant de *Las Provincias* i nosaltres hi ha un forat negre per a tota la premsa que aparega".

Delegacions a les comarques de la Ribera i la Safor, i redacció i rotatives al Polígon de Vara de Quart, carrer de Traginers, número 7, *Levante* té una franja de lectors situada entre els 22 i els 46 anys i una bona carter publicitària. La seua inversió xafa a fons: més de 2.000 milions de pessetes des que la seua capçalera va ser comprada als Medios de Comunicación Social del Estado, dedicats al nou edifici, la informàtica i una plantilla que s'acosta als 50 redactors. Una suma que augmenta constantment. Les dades d'OJD sobre l'últim trimestre mesurat el situen en 52.066 exemplars. Per la seua banda, l'Estudi General de Mitjans, EGM, li atorga una audiència de 285.000 lectors. L'aparició de la TVV el va fer trontollar, en perdre de colp 17 periodistes, entre ells diversos redactors en cap i alguns caps de secció.

A l'igual que quasi tots i que *Las Provincias*, el seu veí de mercat, ubicat tan sols a uns passos en el mateix polígon, *Levante* va optar per deixar d'oferir jocs de bingo el 1986, jugant-se-la pels fascicles a tot color (*Guia de la Naturaleza, Historia de las Fallas, Historia del Mundial*, etc.) que, segons Belda, "han tingut una gran repercussió, però no són tota la raó de l'èxit". *Levante* té futur i viabilitat, assegura, i hem marcat per segona vegada el rècord nacional de creixement. Això ens situa en un lloc ideal entre dues ofertes, la d'UV i la del PSOE. L'eixida de *Mediterráneo* no ens



Ferran Belda: "Trobe molt difícil l'aventura de *Mediterráneo*."

RAFA GIL

afecta gens".

Levante utilitza sistema informàtic Macintosh de pantalla gran, i la seua segona i nova rotativa, duta des d'Alemanya, entrarà a funcionar per Nadal. El nou edifici, *la bombonera*, incorpora per primera vegada al País Valencià un Club de Premsa propi, i programació cultural, restaurant, i saló d'actes. Moll-Levante va intentar comprar *Castellón Diario*, un rotatiu empresarial de La Plana que guanya diners per la seua impremta, però que perd capitalització per la seua curta venda. Una fórmula per a retallar terreny a *Mediterráneo* en la seua pròpia casa. *Levante* ha patit moltíssim el mal de les famílies socialistes. Les batalles entre els partidaris de **Cebrià Ciscar**, Joan Lerma o **Rafael Blasco** s'han deixat veure molt sovint als seus titulars. Però Belda assegura: "Tenim una llibertat absoluta".

L'Estudi General de Mitjans, EGM, calcula per al diari *Información* d'Alacant una audiència de 168.000 lectors. Dirigit per **Vicente Martínez Carrillo**, aquest diari editat per Prensa Alicantina, SA, és el que més diners ingressa per publicitat de tota la cadena Moll. Tradicionalment ben venut, viu un període d'expansió total, amb l'ampliació de les seues instal·lacions, i acaba d'adquirir una rotativa gegant. *Información* és un diari políticament molt poderós, que ha tractat sempre millor el president de la Diputació d'Alacant, el garciamirallista Antoni Fernández Valenzuela, que l'alcalde de

la ciutat, el lermista **Josep Lluís Lassaletta**.

Veterà disputador del mercat sud-valencià amb *La Verdad* de Múrcia, *Información* pensa ara atendre millor la comarca del Baix Segura i Oriola, on es troba al 50 per cent de vendes junt amb el rotatiu de la comunitat autònoma veïna. Manté edicions, a més, al Baix Vinalopó, delegacions a Benidorm, Alcoi i Elda, i una redacció independent a Elx, que pretén consolidar davant la arribada de *Mediterráneo*.

LA REINA DE 'LAS PROVINCIAS'

"L'aparició de la TVV no ens ha afectat en absolut, excepte en una pàgina més de crònica televisiva. Els nostres salaris són molt bons i la plantilla ha continuat unida". Qui així parla és **Maria Consuelo Reyna Domènech**, l'única dama que al País Valencià controla un informatiu. La reina de *Las Provincias*, especialitzada en periodisme a Navarra, va signar el passat dimarts 11 de juny el seu contracte número 48. Entre tallers i redacció, la plantilla la formen unes 160 persones. "Fa quinze anys érem només onze", recorda.

Reyna se situa políticament al costat del mantenidor d'Unió Valenciana, **Vicente González Lizondo**, i de la crítica dirigent del PP, **Rita Barberá**. La Conselleria de Cultura de Cebrià Ciscar va fer quasi el total de la seua feina en la rotativa d'aquest



Maria Consuelo Reyna: "Tota la premsa ha estat en competència amb *Las Provincias*".

RAFA GIL

diari. Cosa que va imposar algun silenci a l'hora de parlar sobre el vice-secretari general del PSPV-PSOE. "*Las Provincias* és un dels periòdics amb major connexió i influència social d'Espanya. Escrivim per a la societat i som recíprocs d'ella. Fem un diari conservador i liberal que va al seu aire, i que no gasta llenguatge per a periodistes i polítics, ni es fa des del *Bolshoi*". L'EGM li atorga ara un públic de 193.000 lectors, i l'OJD, més de 56.000 exemplars al quiosc. L'any 84 va ser el sostre màxim del diari, aconseguit mitjançant els bingos. "No tenim un objectiu de tiratge, només augmentar. A València som pobres informativament, al sud es llig molt més per la industrialització. Però també és cert que els valencians som molt autodestructius".

"*Levante* i *Provincias* són dos bons diaris", anota Reyna, qui observa: "Tota la premsa ha estat en competència amb el meu, i tots, *Noticias*, *Diario de València*, etc., han caigut. Tots, excepte un. Ixen batalladors, amb molta duresa, però després s'esgoten. Arrancada de cavall,..."

La seua regla és "la proximitat al lector, no menysprear les petites notes, fer cas a tots, des dels gremis de pastissers fins a les mestresses". **Mario García**, dissenyador de la maqueta del *Financial Times* i *O Globo* de Brasil, no ha recomanat canvis al vell rostre de *Las Provincias*. "Tan sols rentar més les planes. Els canvis han de ser progressius. Mai guanyaràs més lectors per una simple maqueta bonica".

Jesús Carrascosa, marit de Maria C. Reyna, ha estat de sempre el contacte dels germans **Roig** de Mercadona en la geografia periodística. El seu casament, no obstant això, no li ha permès participar en el repartiment de poder del diari, entre les famílies **Zarranch Domènech** i **Reyna Domènech**. *Mediterráneo* li ha fet una oferta d'incorporació.

Lladro, el multimilionari empresari de la porcellana fina, que participa amb *Las Provincias*, *La Vanguardia*, i Joan Roig, l'amo de Mercadona i Pamesa, en el canal privat televisiu Antena 3, guarda un bon capital per a continuar les seues inversions en premsa. Recentment, va abandonar la idea de llançar un diari esportiu a València, que hauria de fer ombra als acceptadíssims *As*, *Mundo Deportivo* i *Marca*. Aquest últim participat en un 35 % per **Rupert Murdoch**, qui té el 25 % de Zeta.

'HOJA', EN LA CRÜLLA

De tota aquesta inflació qui més podria perdre és la rica i sòlida *Hoja del Lunes de València*, dirigida per **Salvador Barber Font**, en la casa des de 1983. Única *Hoja* que resta en una gran ciutat, 78 treballadors de plantilla, segons **Mario Beltran**, president de l'Associació Valenciana de la Premsa, AVP, el seu tiratge supera els 100.000 números. Beltran, retallant despeses, ha ordenat la supressió de les columnes d'opinió, entre les quals la del mateix Barber.

La Hoja estudia donar-se a la CEOE. La patronal garantiria el seu fixter publicitari. Barber i d'altres ja intentaren vendre el setmanari al Grupo 16. Ara, tot apunta a un nou intent de venda als homes de **José María Cuevas**. Beltran és cap de premsa de l'executiva valenciana de la CEOE, i un seguidor del seu predecessor al càrrec i ara líder d'imatge del PP, **Inaki Zaragüeta**.

La venda a la CEOE és posar en risc un gran patrimoni. D'altra banda, PSOE i PP se la disputen. Per la via *Mediterráneo* o a través dels empresaris, que necessiten portaveus.

Fonts de l'AVP —on hi ha independents, militants de partit i senyors de l'Opus, i de la qual la *Hoja* és un producte— neguen aquesta entrega: "Els empresaris en aquest país no volen ficar-se en negocis de comunicació". Per la seua part, Beltran anota: "El periòdic encara té molts elements endarrerits, però la meua proposta és la independència, lluitar per la seua subsistència. Si convé o no anar a diari, és una altra cosa. Però no ens hem de vendre per res. Som un exemple únic a Europa". Com tots els consultats, Beltran anuncia: "En quatre mesos passaran coses a València".

Per un altre costat, socis de *La Hoja* voldrien que fóra diària. Benigno Camanas-*Mediterráneo* podria haver pactat amb *La Hoja* per a tirar el diari en la seua rotativa. Arribar a Elx des dels tallers de Castelló és un negoci molt car per a *Mediterráneo*. *La Hoja* té tres rotatives, dues enganxades, que treballen molt poques hores durant la setmana i només en comercial, i una altra, la francesa Rocwell-Visa, que és la millor de tot València i tan sols s'utilitza per a imprimir el diari. Aquest conveni podria ser el pas per a una *Hoja* ja no setmanal. "M" treballaria amb la seua redacció, però als tallers de *La Hoja*.

El pacte de cavallers, per ara, inclou que *Mediterráneo* no es vendria els dilluns a València. El conflicte és complex. *Levante* voldria eixir els dilluns, però hauria de guanyar més plantilla, alhora que obligaria *Las Provincias* a seguir-lo.

De totes maneres, no és or tot el que llueix. En aquest univers màgic de paper, els sindicalistes denuncien una altre món subterrani de ben diferent: "Tot creix, mentre que hi ha una gran absència de drets laborals i jurídics. La majoria dels consells de redacció no funcionen, i tampoc observen cap estatut o regla per a la seua vida professional. Per no parlar de quines coses passen als tallers, a la cuina".

Ismael L. Belda