

## La vareta màgica de la publicitat

Els mitjans de comunicació del País Valencià han viscut, des de l'any 1995, una revolució amb la creació de televisions locals, diaris i emissores de ràdio afins al Partit Popular amb un fort suport publicitari de les institucions públiques.

**E**l viatge d'Eduardo Zaplana des de l'alcaldia de Benidorm fins la seu de la Generalitat valenciana a la plaça de Manises de la ciutat de València no es podria explicar sense el suport de determinats mitjans de comunicació afins al PP del País Valencià. Amb l'ajut inestimable del diari *Las Provincias* i de la seua ex-directora María Consuelo Reyna, Zaplana començà, de primer, a construir una alternativa política seriosa al PSPV-PSOE i després, a consolidar un govern de dreta al País Valencià des del 1995. Amb l'adhesió mediàtica d'aquest diari, a canvi del recolzament institucional per construir un grup multimèdia que abraça tant la televisió com la ràdio a més de la premsa, Zaplana va encetar, ja des de la seua primera legislatura, una política de control publicitari dels mitjans i de suport a tres nous grups mediàtics afins al PP que han nascut al País Valencià des d'aleshores.

**I en el principi fou la publicitat.** Zaplana no ha oblidat mai els favors mediàtics que li han ajudat a ser president regional del PP i després el cap del govern valencià. L'any 1993, l'aleshores alcalde de Benidorm va mantenir una reunió al xalet que té Maria Consuelo Reyna a Dénia (Marina Alta) on es va signar un pacte no escrit pel qual la periodista posaria *Las Provincias* al servei d'un Zaplana pràcticament desconegut a la ciutat de València, perquè encapçalara un relleu generacional al si del Partit Popular. Amb el suport, a més, de

les forces econòmiques i socials del cap i casal que representava el diari, Zaplana es va assegurar un bon aliat de cara el seu assalt al poder, de primer al si del seu partit i després a la Generalitat. A canvi, el diari controlat per les famílies Zarranz Domènech i Reyna Domènech es cobraria aquest suport amb tota classe de favors com per exemple la concessió d'una llicència de ràdio de Freqüència Modu-

**La publicitat ha estat l'arma més poderosa que ha emprat Zaplana en la seua tasca de control mediàtic.**

lada (FM) a finals del 1998 o els ingressos publicitaris que rep la televisió Valencia Te Ve. Precisament la publicitat ha estat l'arma més poderosa que ha emprat Eduardo Zaplana en la seua tasca de control mediàtic perquè el cap del govern valencià sap molt bé que l'administració pública valenciana és una de les millors clients dels mitjans de comunicació. Així, en un moment donat els diners que aquests ingressen per aquest concepte poden ser una raó més que suficient per apaiagar determina-

des crítiques a la gestió del PP al front de la Generalitat. I si el descens de la publicitat institucional no és suficient pels mitjans crítics, la Generalitat pot prendre altre tipus de mesures com en el cas del diari *Levante-El Mercantil Valenciano*, que va veure com des del 1995 la compra dels seus diaris per part de l'administració pública valenciana ha disminuït mentre els de *Las Provincias* i l'*ABC* han pujat.

Per aconseguir aquest control, que ha caracteritzat les relacions entre Zaplana i els mitjans de comunicació durant tot el seu mandat, el polític nascut a Cartagena fa quaranta-tres anys va centralitzar a la conselleria de Presidència, concretament a la Direcció General de Mitjans dirigida per Veia Reig, l'actual directora de Canal 9 i ex-cap de premsa de l'Ajuntament de Benidorm, la distribució de la publicitat institucional que els organismes públics dependents de la Generalitat Valenciana insereixen als mitjans, a l'inrevés de l'etapa socialista, on cada conselleria tenia un pressupost propi de publicitat institucional. La segona mesura emprada pel govern del PP ha estat el suport a certs grups mediàtics afins al govern de Zaplana que tenen participació a diaris com *El Mundo* o *Las Provincias* per fer-se un lloc al mercat de les televisions locals i les ràdios privades amb la concessió per exemple de diverses llicències de FM de les quinze que va atorgar la Generalitat a finals del 1998. En el bàndol de mitjans poc afavorits per la vareta màgica de la publicitat institucional es troben el diari



*Levante-El Mercantil Valenciano* i el setmanari *El TEMPS*, que han patit, en diferents graus, una manca de suport publicitari i a més, un bloqueig informatiu per part de les institucions públiques als redactors d'ambdós mitjans de comunicació a l'hora d'aconseguir determinades informacions. Fins i tot, en el cas de *EL TEMPS*, la Generalitat va recórrer a finals del 1996 contra la subvenció autonòmica atorgada pel darrer govern socialista a la premsa per promoure un major ús del valencià en els mitjans de comunicació. El govern de Zaplana va considerar aquesta ajuda "lesiva per a l'interès públic".

**Noves veus a la premsa.** En els darrers cinc anys el govern del PP ha ajudat amb publicitat institucional la posada en marxa de dos grans projectes editorials al País Valencià com ara les edicions de Castelló, València i Alacant del diari *El Mundo*, i l'eixida al mercat del periòdic *La Prensa de la provincia de Alicante*, impulsat per un grup empresarial, Arco Mediterráneo, lligat a l'empresari alacantí Eliseo Quintanilla (vegeu *EL TEMPS*, núm. 714) i que s'imprimeix als tallers del diari *Las Provincias* a la ciutat de València. A banda d'aquest succés periodístic i empresarial, el cessament de Reyna el passat 14 de setembre del 1999, com a directora del diari degà del País Valencià va significar un punt d'inflexió en la relació que manté el govern del PP amb els mitjans de comunicació. Precisament en l'eixida de Reyna de la direcció del diari molts hi van veure la llarga mà de l'inquilí del Palau de la Generalitat, fart del tutelatge informatiu i polític a què el va sotmetre la periodista durant la seua primera legislatura en el poder.

#### Com es fa un grup mediàtic.

La influència del govern Zaplana també arriba al món de les ones radiofòniques i televisives perquè el PP no ha renunciat mai a la idea de construir un grup mediàtic afí. A les comarques valencianes empreses com València Te Ve, propietat de María Consuelo Reyna i amb accionistes com Fernando Roig,



propietari de l'empresa del taulell Pamesa, o Ràdio LP, emissora engadada gràcies a una llicència atorgada per la Generalitat, totes dues de l'entorn de *Las Provincias*, han conformat el primer nucli seriós de grup multimèdia al País Valencià. En el cas de València Te Ve, a banda de la publicitat institucional que rep, més de 15 milions només de la Generalitat el 1997 segons l'oposició, també ha rebut el suport tècnic i humà de Canal 9 des de la posada en marxa de la televisió local fa tres anys.

A les comarques alacantines l'empresa editora Arco Mediterráneo, vertebra un projecte mediàtic proper als interessos del PP i fet per empresaris ben relacionats amb el govern. El president de l'empresa, Edgar Batauche, és el màxim responsable del Canal 37 d'Alacant i el vice-president del consell d'administració, José Luis López Garrido, que va ser director general d'Interior de la Generalitat en l'etapa popular i és també el conseller delegat de la societat Tabarka Media, propietària del 15% de Medipress. Aquesta empresa és la concessionària de tres

licències d'FM a Benidorm, València i Castelló i té com a administrador únic Francisco Miguel Gaya, conseller d'Unidad Editorial, l'empresa editora del diari *El Mundo*. A més, el subdirector de *La Prensa*, Santiago Lumbreras, un dels responsables de la confecció, l'any 1995, de les llistes negres de periodistes de Ràdio 9 no afins al PP, és l'administrador d'Unión Ibérica de Radio, propietària de Radio España, empresa que gestiona dues llicències de ràdio atorgades per la Generalitat.

A Castelló el grup mediàtic afí als interessos de Zaplana s'articula al voltant de Medios de Azahar, l'empresa editora de l'edició de Castelló d'*El Mundo*, de la qual és accionista Fernando Roig i president Juan Antonio Suárez, director financer de Pamesa.

Després de cinc anys de govern d'Eduardo Zaplana, s'han multiplicat els mitjans de comunicació al País Valencià, però els missatges es van fent, a poc a poc, menys crítics amb la seua gestió.

**Mario Reyes**

**Dalt, el president de la Generalitat Valenciana atenen els mitjans de comunicació.** La política del govern valencià ha tingut com a objectiu prioritari des del 1995 afavorir amb la publicitat institucional els mitjans afins al PP.