

Un ciutadà Kane de cartó pedra

El descobriment d'alguns documents interns de la companyia francesa Bouygues que constaten les interferències polítiques d'Eduardo Zaplana perquè aquesta empresa invertira en mitjans afins ha tret a la llum una de les obsessions de l'expressident valencià. Des de la seua arribada al poder, Zaplana va potenciar un laberíntic entramat mediàtic que servira d'altaveu de la seua carrera política.

El diari *Abc* revelava el dilluns 16 de desembre, amb la publicació de documents interns del grup francès Bouygues (soci de referència de l'empresa Aguas de Valencia, responsable del subministrament hídric del cap i casal), que l'expressident valencià Eduardo Zaplana va pressionar aquesta companyia francesa perquè entrara en l'accionariat de Tabarka, una societat propietat d'empresaris pròxims al PP amb interessos en premsa, televisió i ràdio. Segons aquests documents, el grup francès va desestimar la inversió perquè les informacions financeres d'aquesta societat li semblaven poc fiables i perquè els gestors de Tabarka no tenien experiència en el sector de la comunicació. Finalment, però, Aguas de Valencia, pressionada perquè en el moment d'aquesta interferència política, en el segon semestre de l'any 2001, negociava el subministrament d'aigua a València dels pròxims cinquanta anys (que al remat va obtenir), va mantenir un dipòsit d'1,2 milions d'euros al Banc de València per avalar un crèdit del mateix import que aquesta darrera institució financera havia concedit a Tabarka.

Arribava així al *clímax*, la setmana passada, l'enrariment en una societat, Aguas de Valencia, que pateix des de fa anys contínues convulsions accionarials amanides d'interferències polítiques del Govern d'Eduardo Zaplana. Aquestes incursions polítiques van ser denunciades per qui ha estat fins ara conseller delegat, Aurelio Hernández, alcalde de Càrcer (Ribera Alta) pel PP, que va arribar a l'agost del 2000 a la presidència d'Aguas de Valencia i que era expulsat d'aquest darrer càrrec per pressions de l'actual ministre de Treball, Eduardo Zaplana, segons el mateix Hernández va

assegurar al consell d'administració en el qual es va decidir de despatxar-lo, juntament amb el director general, Francisco Pontes, el passat 28 de novembre.

Amb l'aparició dels documents del grup Bouygues, dies després de l'acomiadament d'Hernández, comença també a clivellar-se el laberíntic entramat mediàtic que va crear Eduardo Zaplana des que va arribar a la presidència de la Generalitat Valenciana, l'any 1995. De fet, Zaplana, un home obsessionat pel control dels mitjans de comunicació com una de les principals eines de la seua carrera política, va imprimir des del primer moment el seu peculiar segell mediàtic al capdavant de la Generalitat. Va potenciar tot un entramat de conglomerats mediàtics amb una fràgil estructura financera gestionats, moltes vegades, per empresaris sense cap experiència en el món de la premsa, alhora que intentava atraure's alguns dels principals grups multimèdia de l'estat espanyol, i va crear a través de Canal 9 una xarxa de periodistes madrilenys per difondre i reforçar la seua imatge a la capital de l'estat. Tot acompanyat del revers d'aquesta política, la de l'assetjament informatiu i econòmic contra els mitjans crítics amb la seua gestió.

L'asfíxia del mitjans desafectes va ser immediata. La presidència de la Generalitat Valenciana va centralitzar les notes de premsa de totes les conselleries que amb el Govern del PSPV, fins al mes de juny de 1995, enviava cada departament de l'administració, i va establir la consigna tàcita de bloquejar l'accés informatiu a rotatius com *Levante-EMV* o *Información* (els dos més venuts a València i a Alacant, respectivament, editats pel grup Moll), o el d'aquest setmanari, que des de fa set anys té vetat l'accés a



A l'esquerra, Zaplana i senyora, en una festa organitzada per València Te Ve. A dalt, Aurelio Hernández, qui acusa Zaplana de despatxar-lo d'Aguas de Valencia.

la informació o a les valoracions de tots els càrrecs del PP vinculats a la Generalitat Valenciana. Una altra arma d'aquesta política informativa és la de l'assetjament econòmic. Els diaris del grup Moll, per exemple, pateixen una evident marginació publicitària respecte a la resta de la premsa diària valenciana. Alguns diaris amb una implantació testimonial al País Valencià i d'altres amb unes vendes que no estan controlades per l'OJD (estudi de mitjans escrits) reben sucosos ingressos publicitaris. *Levante-EMV* i *Información* tampoc no han tingut accés al conveni premsa-escola, pel qual la Generalitat compra exemplars per enviar-los als centres escolars valencians. Un altre dels vessants ha estat la marginació a la premsa en català. L'administració del PP no tan sols va eliminar de seguida les ajudes a la publicació de mitjans en la nostra llengua que havia establert el partit socialista i va aturar qualsevol inserció publicitària, sinó que va enginyar-se subterfugis jurídics per bloquejar les ajudes que ja havia concedit l'anterior administració a mitjans com Els Ports Ràdio, *Crònica d'Ontinyent* o *EL TEMPS*. En el cas d'aquest setmanari, va declarar que les ajudes pendents de cobrament eren "lesives per a l'interès públic". L'assetjament, però, va anar més enllà.

Els periodistes més retrògrads de Madrid i del País Valencià són claus en la trajectòria d'Eduardo Zaplana

La Generalitat Valenciana va arribar a pressionar els anunciants privats d'EL TEMPS perquè deixaren de publicitar-se en aquest setmanari. Paral·lelament, des del primer moment, Eduardo Zaplana comença a embastar una estructura mediàtica al País Valencià que abraçara ràdio, televisió i premsa, conduïda tant per microempreses de capital autòcton com per grans grups d'àmbit estatal.

El 2 de desembre del 1997, el diari *El Mundo* encitava una aposta molt forta al País Valencià, amb l'aparició de tres edicions, per a Alacant, per a Castelló i per a València, en les quals participaven alguns coneguts empresaris valencians. Des d'aquell moment, *El Mundo* ha estat el rotatiu més fidel a totes les consignes emanades de la presidència de la Generalitat Valenciana. En aquests moments, pateix una situació singular: al País Valencià, continua com a corretja de transmissió de l'administració valenciana del PP, alhora que a Madrid està en guerra oberta contra José María Aznar (vegeu requadre a la pàgina 31).

Altres aventures en l'àmbit de la premsa diària, comandades per empresaris valencians creades *ad hoc*, han tingut menys èxit. L'intent de consolidar a Alacant un diari que es contraposara a la crítica de l'hegemònic *Información* va resultar catastròfica. Un empresari molt pròxim a Eduardo Zaplana, Eliseo Quintanilla, va comandar, al capdavant del Grupo de Comunicación Arco Mediterráneo (en el qual també tenia participació l'empresa Tabarka), la creació de *La Prensa de la Provincia de Alicante*, dirigit pel periodista més reaccionari de la ciutat, Enrique de Diego. *La Prensa* va nàixer el novembre del 1997 i va haver de tancar com a diari el maig del 2000. Un altre diari muntat amb capital d'empresaris valencians pròxims a l'òrbita de la Generalitat Valenciana, *Diario de Valencia*, comandat pel cavernari tandem Jesús Sánchez Carrascosa - María Consuelo Reyna, que va aparèixer quan la família de Reyna la va despatxar com a directora de *Las Provincias*, té un tiratge testimonial i ha estat expulsat de l'OJD.



Dalt, Juan Antonio Sánchez, director de TVE, que promoció Zaplana més que no David Bisbal. A sota, cameres de TVV. L'actual ministre de Treball ha potenciat la privatització de la cadena, però ara tota la seua xarxa mediàtica se'n pot anar avall.



EFE / RAFA GIL

La televisió ha estat sempre l'obsessió del PP; Zaplana ha dut el seu control a la hipèrbole

La ràdio tampoc no s'ha salvat de les interferències del Govern valencià, que va adjudicar la vespra de Nadal del 1998 quinze noves freqüències a grups afins al Partit Popular. La més potent de totes se la va endur el diari *Las Provincias*, dos més van ser per a *El Mundo* i una altra per a l'*Abc*. Una empresa vinculada a

accionistes d'*El Mundo* creada tres mesos abans de l'adjudicació, Medipress Valencia, va obtenir tres llicències de ràdio. En l'accionariat de Medipress Valencia també tenia participació Tabarka.

La televisió, per damunt de tot. Però si alguna cosa ha demostrat Zapla-

na en les seues relacions mediàtiques és que considera primordial el domini de la televisió per fer créixer el benefici polític. Aquest punt de vista és habitual al PP—amb la recent compra de la majoria de Tele 5 per Silvio Berlusconi, el Govern espanyol té doblegades totes les emissores generalistes—, però Zaplana l'ha convertit en una característica hiperbòlica, a través d'estratègies especialment barroeres.

L'expresident ho ha deixat molt clar a través de maniobres que pretenia mantenir ocultes. Per exemple, les que ha efectuat, a través d'empreses afins, destinades a incentivar televisions locals que li puguen fer de promotores personals. Empreses de pocs mitjans i poques despeses, sense prospecció real. Però que, l'una al costat de l'altra, poden constituir una plataforma publicitària suficientment necessitada de suport polític i econòmic per funcionar gairebé al dictat de les ordres de Zaplana. La majoria d'elles són participades per altres empreses de la comunicació que l'actual ministre de Treball té també controlades.

El cas més evident seria Tabarka Media, societat dedicada a la producció audiovisual que nodreix de material Canal 9, i que és accionista en diverses minitelevisions locals d'ascendència zaplanista. Entre elles Visión Castellón, en què també participa l'empresari Fernando Roig, impulsor econòmic de l'edició valenciana d'*El Mundo*. Visión Castellón (coneguda també com "Canal 38") està relacionada amb el diari *Mediterráneo*—proper al PP— i la directora, Amparo García, era la representant de premsa del Govern autonòmic en Castelló.

L'altra televisió local, Televisión de Castellón, no està tan controlada pel Partit Popular, però això no vol dir que siga menys reaccionària que l'altra—de fet ho és més—, sinó que el seu propietari pot guanyar-hi diners sense necessitar totalment els beneficis polítics. Localia—grup Prisa— té el seu canal a Castelló, com també a Alacant.

Però els aliats audiovisuals de Zaplana a les comarques alacantines treballen al Canal 37, subvencionada molt des dels seus inicis per la Diputació Provincial.

En la televisió treballa ara Enrique de Diego, l'antic director de *La Prensa*,

El 'sindicat del crim', a trets

Gràcies a les incògnites que ha creat la successió d'Aznar, molts mitjans de dreta —aquells que, en època del PSOE, eren coneguts com integrants del "sindicat del crim"— han entaulat una batalla de taurons on tot s'hi val. *El Mundo* ara és el pitjor enemic d'Aznar, mentre que l'*Abc*, participat pel Grupo Correo, ataca el ministre, *La Razón* el defensa, i en la COPE, cadascú diu una cosa. *Abc* no aposta per Zaplana malgrat que hi escriu Carlos Dávila, periodista servidor del ministre que té un espai d'entrevistes a TVE i que també, segons

fontes de Canal 9, cobra de TVV 300 euros per cada minut d'intervenció en la cadena valenciana. De fet, l'expresident ha tingut com a amics públics a Madrid dirigents d'altres mitjans, com ara Pedro J. Ramírez (*El Mundo*) i Luis María Anson (*La Razón*). Molt poc després que tots els periodistes de l'estat hagueren visionat el vídeo sexual de Pedro J., Zaplana feia un gest i apareixia al seu costat en la inauguració de la delegació



Pedro J. Ramírez, a qui Zaplana va donar suport sense complexos dies després de l'escàndol del seu vídeo sexual.

d'*El Mundo* a València. Anson és íntim de José Antonio Sánchez, el gran promotor mediàtic de Zaplana a Madrid, i actual director de TVE, on el ministre de Treball apareix amb més regularitat que David Bisbal. Sánchez escrivia en l'*Abc* en l'època en què el dirigia Anson, i ara, com que aquest, té protagonisme a *La Razón*, com el mateix ministre, que ha estat portada del diari en l'últim congrés estatal del PP. Zaplana se serveix de Ca-

nal 9 per reclutar comentaristes adeptes. Pilar Ferrer parla del Parlament de Madrid a Canal 9, en unes intervencions pròpies del NO-DO. Luisa Palma, exdelegada de Canal 9 a Madrid, és ara l'editora dels informatius de cap de setmana. I Julián Lago, antic responsable de *La máquina de la verdad*, dirigeix el programa *Panorama d'Actualitat*, en Canal 9, mentre Iloa el president en columnes periodístiques estatals.

Però tot això no ha salvat Zaplana que la seua imatge madrilenya de liberal ara s'assemble més a la d'una

caricatura d'*El Jueves* que no a la d'Alberto Ruiz Gallardón. A València, el Grupo Correo rep atacs: *Las Provincias*, també participada per aquest grup, es baralla amb *El Mundo*, fent públics els uns i els altres els fons publicitaris que tots dos diaris han rebut de distintes empreses. *La Razón* i altres mitjans han entrat en guerra, reflectint l'esperit dels seus referents de Madrid. El resultat final arribarà amb les eleccions. *M. C. / J. M. O.*

que condueix un espai de notícies de carrer amb habituals connotacions retrògrades, la tendència general del total de la televisió. No obstant això, Canal 37 té predicament entre els jerarques del Govern: José Joaquín Ripoll va ser un dels convidats que han aparegut recentment en aquesta emissora.

La resta de televisions locals segueixen el mateix model, que arriba a l'exacerbació amb Valencia Te Ve, de Jesús Sánchez Carrascosa.

Amb una graella plena de caspa —excepte en la part de la programació que pertany a la xarxa Localia—, a l'emissora estan vinculats empresaris de professionalitat més que irregular que varen aprendre l'ofici en Canal 9 en l'època en què la cadena pública era dirigida pel mateix Carrascosa.

Aquest home, antic amic de Zaplana, va practicar, i sense fantasies de moralitat, una estratègia de privatització de la majoria de franges de la cadena. Els beneficiaris eren empresaris afins. Els informatius es convertiren en tot allò que Zaplana podia desitjar: en una genuflexió constant a tot allò que ell feia —els telenotícies han censurat Aznar perquè contradia Zaplana— i en un cant salvatge a l'alienació. La vergonyosa cobertura donada al judici del cas Alcàsser va ajudar a fer que Carrascosa deixara la cadena, però ara ell es troba al front d'una plataforma de microproductores que opta a la compra de Canal 9.

És com si tot tornara al començament, com si els imprudents i grollers mètodes d'Eduardo Zaplana d'aconseguir uns mitjans a la mesura de la seua ambició

es consolidaren malgrat que moltes de les empreses que ha volgut impulsar han resultat totalment ruïnoses i sense cap influència.

Però l'escàndol d'Agua de Valencia pot abortar l'anunciada venda de Canal 9, ja que moltes de les empreses periodístiques i audiovisuals que l'expresident Zaplana volia que eixiren beneficiades ací opten al repartiment de la televisió pública.

I com que moltes d'aquestes empreses tenen relació —clara o no tan clara— amb els cercles més pròxims al ministre de Treball, fins i tot ell, tan impermeable, podria acabar tacat. I possiblement, de cap a peus.

Miquel Calvet
Joan M. Oleaque