

LA COMUNICACIÓN EN LA COMUNITAT
VALENCIANA (2010-2018): CRISIS Y CAMBIO

Colección Periodisme, 3

Dirigida por Guillermo López García

Guillermo López García (ed.)

La comunicación en la Comunitat Valenciana (2010-2018): crisis y cambio



institutió
alfons el magnànim
centre valencià
d'estudis i d'investigació
VALÈNCIA, 2019

Edición compuesta con tipo Brill y Bw Modelica para el interior y Courier para la cubierta; el interior se ha impreso sobre papel Coral Book Ivory de 90 g/m² y la cubierta en Creator Silk de 350 g/m²

© 2019, de la introducción y edición: Guillermo López García

© 2019, de los textos: Francesc A. Martínez Gallego et *alii*

© 2019, de esta edición:

Institució Alfons el Magnànim
Centre Valencià d'Estudis i d'Investigació
Diputació de València
Corona, 36 — 46003 València
Tel.: +34 963 883 169
iam@alfonselmagnanim.com
www.alfonselmagnanim.net

ISBN: 978-84-7822-824-9

Depósito legal: V. 2775-2019

Diseño de la cubierta: Eugenio Simó

Diseño de la colección: Jaume Ortola

Maquetación: Ártico Digital

Impresión:


IMPREMTA
DIPUTACIÓ DE VALENCIA

Índice

- Introducción, Guillermo López García 9
1. **Tiempo de mudanza: política, medios de comunicación y sociedad valenciana (2010-2018)**, Francesc Andreu Martínez Gallego 17
 2. **Los medios valencianos en el contexto español**, José Gamir Ríos 47
 3. **Las políticas de comunicación en la Comunitat Valenciana (2010-2018): entre el cierre de Radiotelevisión Valenciana y la reactivación de la intervención pública**, Andreu Casero-Ripollés 67
 4. **Comunicación en valenciano: medios y mercado**, Francesc Martínez Sanchis 85
 5. **Novedades y evolución del marco jurídico aplicable a los medios de comunicación valencianos**, Andrés Boix Palop 115
 6. **Medios impresos. Panorama sombrío en busca de un nuevo modelo de negocio**, Dolors Palau Sampió y José Luis González 147
 7. **La comunicación radiofónica en la Comunitat Valenciana: entre la dependencia exterior y el renovado impulso público**, Adolfo Carratalá 165
 8. **Una nueva etapa para el sistema televisivo valenciano**, Àlvar Peris Blanes 185
 9. **Panorama de la producción audiovisual en la Comunitat Valenciana**, Teresa Díez Recio y Francesc Picó 219
 10. **Cibermedios valencianos: contenidos, estructura y actividad en las redes sociales**, Guillermo López García, Mar Iglesias-García y Lorena Cano-Orón 231
 11. **Los sectores culturales y creativos en la Comunitat Valenciana**, Pau Rausell Köster, María Caballero Pons y Chuan Li 255
 12. **La comunicación corporativa e institucional en la Comunitat Valenciana**, Germán Llorca-Abad 279

Introducción

Guillermo López García

Universitat de València

El sector de la comunicación está sometido, por su propia naturaleza, a un proceso de transformación constante. Dicho proceso viene determinado por las circunstancias tecnológicas, sin duda, pues éstas han sido determinantes en las últimas décadas para configurar un ecosistema comunicativo más fragmentado y diverso (y también precario). Pero, sobre todo, por las circunstancias económicas, políticas y sociales. Se trata de un sector transversal, que afecta a prácticamente todas las actividades, pues todas ellas se visibilizan e interpretan a la luz de la comunicación. Su impacto en nuestras sociedades, en consecuencia, es profundo.

Cuando hablamos de comunicación en el País Valenciano, sobre todo con vistas a efectuar un balance de conjunto de los últimos años, son dos los conceptos que surgen inmediatamente a colación. El primero, sin duda, es el de *crisis*. Crisis económica que, unida a la mencionada reconversión tecnológica, ha provocado el cierre de muchos medios de comunicación, la apertura de otros tantos, y la transformación de todos los demás.

Pocas cuestiones encarnaron con tanta claridad el impacto de la crisis como el abrupto cierre de la radiotelevisión pública, RTVV, a finales de 2013. Cierre traumático que provocó un profundísimo agujero en el sector de la comunicación, huérfano de su empresa —con diferencia— más importante y con mayor dimensión y presencia social, a pesar de sus muchas insuficiencias. Un agujero en el ecosistema comunicativo valenciano que ha sido, también, un

problema social y político de singular importancia en estos años, solventado parcialmente con la apertura, cinco años después, de la nueva radiotelevisión pública, À Punt.

El segundo concepto que resume los acontecimientos de los últimos años en el ecosistema comunicativo valenciano es, indudablemente, el de *cambio*. Cambio en el propio sector en su conjunto. Cambio en las estructuras de la comunicación, en las empresas y en las audiencias. Y cambio político, el producido en mayo de 2015, que desalojó al PP del poder después de veinte años de hegemonía. En la Generalitat Valenciana, pero también en los principales ayuntamientos y en la Diputación Provincial de Valencia. Un cambio que está detrás, en primer lugar, de la reapertura de la radiotelevisión pública, así como de la reorganización del sector audiovisual en su conjunto. Políticas de comunicación que abarcan también a los medios impresos y digitales a través de la publicidad institucional y de otras iniciativas, como la promoción de contenidos en valenciano, a la que una parte de medios se han sumado.

El balance de los años del PP no puede ser positivo, visto el cierre de los medios públicos, el descontrol de las licencias de radio y televisión, así como el afán por influir sobre los medios de comunicación privados (a través de ayudas, o de la ausencia de tales) y de los públicos, directamente, mediante la manipulación informativa. La comparación con dicho balance, desastroso, ha llevado a la mayoría de los investigadores y analistas, por contraste, a considerar con mejores ojos las realizaciones de sus sucesores en el poder. Pero es pronto aún para hacer estimaciones al respecto. La reapertura de la radiotelevisión pública, casi cinco años después de su cierre, es, sin duda, una buena noticia, pero cabe analizar si las condiciones en las que ésta se produce, tras un proceso larguísimo y farragoso, contaminado por las demandas laborales de los extra-bajadores, son las idóneas.

En cuanto a las ayudas a los medios privados, vía publicidad institucional, o a través de las ayudas al fomento del valenciano, sin

duda el dinero público riega con generosidad a los principales medios de comunicación merced a sendos conceptos. Las Administraciones Públicas contribuyen, así, a dotar de solidez al ecosistema comunicativo valenciano. Pero es inevitable preguntarse si este dinero público busca algún tipo de contraprestación. Es inevitable generar suspicacias, y es obligatorio estar atentos al respecto.

En cualquier caso, conviene reiterar lo evidente. Si se trata de establecer una primera comparación, hay que ser claros: en lo que concierne al sector de la comunicación, el balance del gobierno del Botànic, con todos los problemas y matices que queramos ponerle (y que, en parte, acabamos de exponer), es, sin duda, mejor que el de los gobiernos que le antecedieron. Aunque sólo sea porque sus realizaciones, por muchos problemas que conlleven, siempre atesorarán un mayor valor que no hacer nada; o que destruir lo que se tenía.

¿Qué ofrecemos en este libro? Buscamos mostrar cómo es el sector de la comunicación en el País Valenciano, cuáles son sus fortalezas y debilidades; cómo ha evolucionado en los últimos años y cómo es previsible que lo haga en el futuro. Partimos de los estudios que hemos venido desarrollando en la última década desde el Grupo de I+D Mediaflows (www.mediaflows.es), y en particular del trabajo colectivo, de similares características, que publicamos en 2010, *El ecosistema comunicativo valenciano* (López García, 2010). Un momento muy distinto del actual, en el que ya se avistaban las consecuencias de la crisis económica y la reconversión tecnológica, pero aún no se habían hecho patentes, y en donde el influjo de las nuevas tecnologías comunicativas, aunque muy importante, no había logrado, sin embargo, alcanzar aún a todo el sector con el grado de profundidad y con la omnipresencia que acreditan actualmente.

Previamente, en los años noventa, diversas investigaciones (Xambó, 1996; Laguna, 2000) habían efectuado análisis de conjunto del sector de la comunicación en el País Valenciano. Y, natu-

ralmente, en el periodo que media entre 2010 y el informe actual encontramos algunos análisis centrados en un determinado sector del ecosistema comunicativo valenciano, como los cibermedios (López García, 2012); en el impacto del cierre de RTVV y las propuestas para reactivar los medios públicos (Martín y Requena, 2015; Rodríguez i Santonja, 2015; Marzal, Izquierdo y Casero, 2015); o en la problemática laboral (Kučkalić y Torremocha, 2016), particularmente preocupante, y agravada, sin duda, por el mencionado cierre de RTVV.

Pensamos que urgía, ocho años después del trabajo colectivo de 2010, y ante la ausencia de un análisis de conjunto como aquel, retomar el pulso y cartografiar el sector. Para saber de dónde venimos, cómo estamos y, como derivada inevitable de lo anterior, escrutar a dónde vamos. Un trabajo efectuado también desde el Grupo de I+D Mediaflows, en el que están involucrados muchos investigadores que participaron en el análisis de 2010 y han podido, así, realizar una actualización y revisión del enfoque o sector en el que están especializados con la perspectiva que da el tiempo.

¿Qué nos hemos encontrado? Las cifras generales muestran cierto crecimiento en el número de medios de comunicación que operan en el territorio valenciano. Si en 2008-2012, el periodo en el que desarrollamos nuestros estudios iniciales, el número global de medios alcanzaba los 465 (Tabla 1), actualmente contaríamos con unos cien más, 570 en total (Tabla 2).

Tabla 1: Medios de comunicación en la Comunitat Valenciana (2008-2012).

AÑO	Medios escritos	Ràdio	TV	TOTAL
2008	89	109	35	233
2010	125	127	38	290
2012	274	133	58	465

Fuente: López García, 2008, 2010 y 2012.

Tabla 2. Medios de Comunicación en la Comunitat Valenciana (2017). Fuente: OTR2016-17109INVES, Directorio de medios de comunicación de la Comunitat Valenciana.

Àmbito	Nacional	Autonómico	Provincial	Local	Total
Prensa escrita*	0	3	14	39	56
Radio	43	2	18	199	262
TV	0	0	2	30	32
Revistas	0	4	1	17	22
Cibermedios	8	25	14	113	160
Podcasts	0	11	1	1	13
Repositorio audiovisual	0	2	2	1	5
Boletines**	0	2		3	5
Medios impresos***	0	0	0	15	15
Total	51	49	52	418	570

* Prensa escrita: diarios en papel con presencia digital.

** Boletín: publicación periódica informativa por parte de un organismo oficial.

*** Medios impresos: publicaciones disponibles solo en papel.

Un crecimiento sustanciado, sobre todo, en el aumento de emisoras de radio en 2017 respecto de 2012, mientras que otros medios, como la televisión, han decrecido significativamente; y no sólo por el mencionado cierre de RTVV, pues bajamos de 58 cadenas de televisión en 2012 a 32 actualmente. Un descenso en el que el caos del régimen de concesión de las licencias de TDT tiene, sin duda, mucho que ver. Los medios escritos, finalmente, mantienen a grandes rasgos los números de 2012, si bien es previsible intuir que hay una mayor presencia de medios exclusivamente digitales, que paulatinamente ocupan el espacio de los impresos, que entonces (López García y Cano Orón, en prensa).

Estas cifras nos sirven de punto de partida para abordar el análisis desde una perspectiva de conjunto, articulado a partir de di-

versos enfoques. Ese es el objetivo de la primera parte del libro, conformada por cinco capítulos. En el primero, Francesc Andreu Martínez Gallego describe cuál ha sido la evolución del sector de la comunicación integrado en el cambio social, más profundo, que ha experimentado la sociedad valenciana en el periodo 2010-2018. En el segundo capítulo, Jose Gamir pone en relación el sector de la comunicación en el País Valenciano con el contexto español. En el tercero, Andreu Casero evalúa las políticas de comunicación llevadas a cabo por las Administraciones Públicas. En el cuarto capítulo, Francesc Martínez Sanchis analiza la cuestión lingüística: la presencia del valenciano en los medios de comunicación, y su impacto correlativo sobre la difusión y presencia social de la lengua propia del País Valenciano. Finalmente, en el quinto capítulo Andrés Boix interpreta la normativa generada en estos años aplicable al sector de los medios de comunicación.

En la segunda parte del libro, compuesta por siete capítulos, se propone al lector un análisis pormenorizado, sector por sector. En el capítulo seis, Dolors Palau y José Luis González analizan los medios impresos. En el capítulo siete, Adolfo Carratalá hace lo propio con la radio. En los capítulos ocho y nueve se describe el sector audiovisual en su conjunto: las televisiones que operan en el País Valenciano (Àlvar Peris) y las productoras audiovisuales (Teresa Díez Recio y Francesc Picó). En el capítulo diez (Guillermo López, Mar Iglesias y Lorena Cano) nos centramos en los nuevos medios digitales. En el capítulo once, el equipo del Grupo de I+D Econcult (Pau Rausell, María Caballero y Chuan Li) evalúa la situación en el conjunto de las industrias culturales. Finalmente, en el capítulo 12 Germán Llorca analiza la naturaleza y características de la comunicación institucional emanada desde las instituciones públicas.

Se trata de un trabajo, por último, que no habría sido posible realizar sin el apoyo de dos instituciones públicas. Por un lado, la Universitat de València, y en concreto el Vicerrectorado de Participación y Proyección Territorial, que financió la elaboración de una

base de datos de medios de comunicación valencianos, en la que nos hemos basado parcialmente en esta investigación (Directorio de Medios de Comunicación de la Comunitat Valenciana, clave OTR2016-17109INVES). Por otro, el apoyo de la Institució Alfons el Magnànim, que desde el principio se interesó por el proyecto y bajo cuyo sello se publica, en sus dos versiones (castellano y valenciano) y formatos (digital e impreso).

Este libro busca, en definitiva, desbrozar el camino, cartografiarlo y ofrecer un punto de partida para futuras actualizaciones y para facilitar la elaboración de trabajos de vocación más específica o sectorial que permitan profundizar en mayor medida en el análisis. Confiamos en que resulte del interés del lector y que podamos proceder al estudio del ecosistema comunicativo valenciano de una forma más sistematizada a partir de ahora. En 2010, cuando publicamos el anterior análisis de conjunto, terminábamos la introducción al libro expresando el deseo de que no tuvieran que pasar diez años para publicar el siguiente informe. Han pasado ocho. Por poco, pero el deseo se ha cumplido. Esperemos, en consecuencia, que no tengan que pasar ocho años para la próxima ocasión.

Bibliografía

- Kučukalić, E. y Torremocha, F. (2016): *Crisi al sector de periodistes i periodistes gràfics a la Comunitat Valenciana (2007-2016)*. València: Unió de Periodistes Valencians.
- Laguna Platero, A. (coord.) (2000): *La comunicació en los 90. El mercado valenciano*. València: Universidad Cardenal Herrera-CEU.
- López García, G. (2008): *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València
- López García, G. (ed.) (2010): *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*. Valencia: Tirant lo Blanch.

- López García, G. (ed.) (2012): *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- López García, G. y Cano Orón, L. (en prensa): «2007-2017: una década de crecimiento, crisis y reconversión para el ecosistema comunicativo valenciano». VVAA. *La sociedad valenciana*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Martín, D. y Requena, P. (2015): *Un model per a la comunicació audiovisual valenciana*. València: Unió de Periodistes Valencians.
- Marzal, J.; Izquierdo, J.; y Casero, A. (eds.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de la nueva gobernanza*. Barcelona-Castellón-València: UAB, UJI, UPF, UV.
- Rodríguez i Santonja, J. (ed) (2015): *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia: Uno y Cero Ediciones.
- Xambó, R. (1996): *El sistema comunicatiu valencià* [Tesis doctoral]. Valencia: Universitat de València.

Capítulo 1. Tiempo de mudanza: política, medios de comunicación y sociedad valenciana (2010-2018)

Francesc Andreu Martínez Gallego

Universitat de València

1. Corrupción: cada vez menos anomalía

Cuando en 2010 elaboré una síntesis sobre la evolución comunicativa valenciana en el primer decenio del nuevo milenio, el factor dominante en el campo de la política era la larga duración de los gobiernos autonómicos comandados por el Partido Popular (PPCV) y el tenor de las políticas públicas (comunicativas) auspiciadas por tales gobiernos, que venían sucediéndose desde 1995 (Martínez Gallego, 2010). Hasta entonces, bajo las presidencias de Eduardo Zaplana (1995-2002), José Luis Olivas (2002-2003) y Francisco Camps (2003-2011), la Generalitat, por un lado, y el PPCV, por otro, habían desarrollado una agresiva política de medios de comunicación, centrada en la Corporación Pública Radiotelevisión Valenciana, pero también con importantes ramificaciones en el sector privado de medios de comunicación, como se verá.

En 2011 apareció el libro *El secuestro de la democracia. Corrupción y dominación política en la España actual*, en el que defendíamos y argumentábamos ampliamente la tesis de la «anomalía valenciana», según la cual en la Comunitat Valenciana y desde 1995 se habría ido tejiendo un sistema que, aun descansando en instituciones democráticas, se servía de mecanismos irregulares (cliente-

lismo, corrupción, política de medios y neopopulismo) para establecer una hegemonía partidista destinada a prolongarse en el gobierno mediante la consolidación de ventajas determinantes que alteraban el juego de la democracia de partidos y en especial los procesos electorales (Piqueras, Martínez, Laguna y Alaminos, 2011).

Con el tiempo, la tesis central de aquel libro se tornó recurrente en el discurso público, casi siempre bajo la fórmula sintética de *dopaje electoral*: el PPCV se habría financiado ilegalmente de manera sistemática con la intención de acudir a las elecciones con una capacidad de maniobra financiera muy superior a la del resto de partidos y a la permitida por la ley. De hecho, en el libro en cuestión, José Antonio Piqueras apuntaba que la financiación ilegal, el cohecho, el tráfico de influencias y el delito electoral eran las imputaciones que más se repetían en las causas judiciales que afectaban a la cúpula del PP (especialmente en la llamada trama Gürtel), aunque también aparecían la falsedad documental, el delito fiscal, la prevaricación, el blanqueo de dinero y hasta la asociación ilícita. Ciertamente, «varios imputados tendrán que responder, además, a la acusación de incremento patrimonial injustificado», pero estos emolumentos entraban en el capítulo de las desviaciones hacia el peculio privado de las cantidades cobradas en comisiones a diferentes empresas cuyo fin principal era la extrafinanciación del PPCV.

El expresidente de la Generalitat Valenciana, Eduardo Zaplana, se convirtió en ministro de Trabajo y portavoz del gobierno de José María Aznar en 2002. Tras la derrota electoral del PP en las elecciones generales de 2004 se convirtió en portavoz del grupo parlamentario del PP en la oposición en el Congreso de los Diputados hasta 2008. Entonces, salió aparentemente de la primera línea política, para dedicarse a los negocios, ocupando un alto cargo en la compañía Telefónica y fundando la consultora Decuria Consulting SL. Cuando escribo estas líneas, Eduardo Zaplana está encarcelado, tras haber sido acusado de blanqueo de capitales. Un año antes

había sido imputado por el juez Eloy Velasco —antiguo director general de Justicia de la Generalitat Valenciana entre 1995 y 2003, nombrado por Eduardo Zaplana— en el «caso Lezo», por sus tratos con el expresidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, encarcelado en abril de 2017, acusado de irregularidades en la gestión de la empresa pública Canal de Isabel II. Según la prensa, «Ignacio González pretendía adquirir con él [Eduardo Zaplana] el 50% de una sociedad en Uruguay a través de un abogado de aquel país, Fernando Bellot. Esta mercantil iba a servir para blanquear los fondos que el expresidente madrileño obtuvo a través de supuestas comisiones ilegales»¹.

El expresidente José Luis Olivas se convirtió en presidente de Bancaja en 2003 y llevó a la ruina a esta entidad, hasta acabar fusionada con Caja Madrid, en la operación que dio lugar a Bankia, en julio de 2010. Olivas fue condenado en 2017 a un año y medio de cárcel por el pago de más de medio millón de euros a Sedesa, una empresa participada por Bancaja y dirigida entonces por Vicente Cotino, sobrino de Juan Cotino, exconseller, y expresidente de las Corts Valencianes. Según la investigación, Olivas cobró «la mordida» después de que Sedesa obtuviese una plusvalía de casi 40 millones de euros al traspasar a Endesa su participación en la sociedad pública Proyectos Eólicos Valencianos². Olivas también fue imputado en el «caso Bankia» por falsedad y administración fraudulenta, maquinación para alterar el precio de las cosas y apropiación indebida, así como por la participación de Bancaja y el Banco de Valencia en la ampliación de capital del Valencia Club de Fútbol.

El expresidente Francisco Camps fue imputado en marzo de 2009, al existir indicios del delito de cohecho previsto y penado en el artículo 426 del Código Penal. Se llamó el «caso de los trajes» y era una pieza separada de la trama Gürtel. Incurso en causa

1. *El País*, 25 de abril de 2017.

2. *Eldiario.es*, 16 de noviembre de 2016 y *El País*, 29 de mayo de 2018.

penal, Camps fue confirmado por Mariano Rajoy como candidato del PPCV a las elecciones autonómicas de 2011, donde obtuvo un sonoro triunfo. Sin embargo, la presión judicial fue creciendo ante la evolución del caso y Camps dimitió de la presidencia en julio de 2011. En enero de 2012 fue absuelto por un jurado popular en el «caso de los trajes», aunque por el camino el Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana había desestimado informes policiales que avalaban la participación de Camps en la trama. En 2016 el empresario alicantino Enrique Ortiz «ha reconocido a la Fiscalía la existencia de un sistema de financiación ilegal del PP en la Comunitat Valenciana durante la etapa de gobierno de Francisco Camps. En un escrito presentado por su defensa en el marco de la pieza valenciana de la ‘trama Gürtel’, Ortiz admite el pago de facturas falsas por servicios no prestados a una de las empresas de la Gürtel, Orange Market, dinero que se habría destinado a las campañas de las elecciones autonómicas y municipales del PP en 2007 y las generales de 2008»³. Por otra parte, Camps está imputado en otras causas judiciales, como el «caso de la Fórmula 1» o «caso Valmor»⁴.

El 20 de julio de 2011 Camps dimitía de la presidencia de la Generalitat: «Voluntariamente ofrezco mi sacrificio para que Mariano Rajoy sea el próximo presidente del Gobierno», dijo en su despedida. Le sucedió en el cargo Alberto Fabra, hasta entonces alcalde de Castellón y diputado en Corts Valencianes, a la presidencia de la Generalitat. Fabra, siendo concejal de Urbanismo, había sido imputado en 2003 por el juzgado número uno de Castellón por los cargos de prevaricación, tráfico de influencias y falsificación de documento público en la adjudicación de unos terrenos de Renfe al empresario Luis Batalla, terrenos que quedaron liberados tras el soterramiento de las vías del tren⁵. La imputación no prosperó y

3. *Eleconomista.es*, 1 de abril de 2016.

4. *El País*, 24 de febrero de 2017.

5. *Elplural.com*, 4 de mayo de 2015.

Fabra llegó a la Generalitat con la aureola de la regeneración de un PPCV asediado por los casos de corrupción. Hizo famosas frases como «No quiero afiliados que agachen la mirada por corrupción»⁶, pero las medidas concretas que arbitró como secretario general del PPCV o como presidente de la Generalitat para luchar contra la corrupción fueron escasas.

¿Cómo explicar la longevidad de los gobiernos populares al frente de la Generalitat Valenciana, a pesar de los muchos imputados por casos de corrupción y de la ejecutoria de los presidentes autonómicos, que sucintamente hemos abordado desde la perspectiva judicial?

2. Los medios del país yonqui

Sergi Castillo publicó en 2016 el libro *Yonquis del dinero. Las diez grandes historias de corrupción valenciana*, donde de nuevo buceaba en la anomalía valenciana, caso único en Europa, puesto que «hasta 15 ex miembros del Gobierno valenciano han sido investigados o condenados por delitos de corrupción» (Castillo, 2016)⁷. Las historias que se relatan, y que ya estaban apuntadas en *El secuestro de la democracia*, dejan fuera una de las grandes preguntas de esta historia poco edificante: ¿por qué la corrupción política, la *tangentópolis* valenciana, no tuvo consecuencias electorales ni en 2007 ni en 2011? ¿Tuvieron algo que ver en ello los medios de comunicación o, mejor dicho, las políticas de medios públicos llevadas a cabo por la Generalitat y los trabajos sobre los medios privados llevados a cabo por el PPCV o por el propio gobierno autonómico?

En las elecciones autonómicas de 2011 el PPCV, con Francisco Camps encabezando las listas electorales, obtuvo 1.211.112 votos; el resto de las fuerzas políticas, sumadas, 1.179.090 votos. El Partido

6. *El Mundo*, 9 de marzo de 2014.

7. El mismo autor ya se había ocupado del caso Gürtel en el libro *Tierra de saqueo. La trama valenciana de Gürtel*. Barcelona: Lectio Ediciones, 2013.

Socialista (PSPV) había obtenido el peor resultado de su historia en elecciones autonómicas, con 687.141 votos. Compromís era la tercera fuerza con solo 175.087 votos y le seguía Esquerra Unida con 144.201 votos. Lo llamativo del caso es que en las listas del PPCV había diez nombres de imputados por los tribunales en casos de corrupción.

Nuestra tesis, ya expuesta, era que la fuerza conjugada del clientelismo y la política de medios de comunicación, tenían una gran capacidad explicativa para entender la continuidad del PPCV al frente de la Generalitat y sus magníficos resultados electorales. Me centraré aquí únicamente en la cuestión de los medios, en lo que alguien ha llamado el «imperio del audímetro», para significar lo que Bernard Manin denominó democracia de audiencia (Manin, 1999)⁸. Fuera de los medios, y en especial de la televisión, sólo hay marginalidad política: los medios gestionan la visibilidad de partidos, políticos e instituciones y no sólo nos dicen con frecuencia qué debemos pensar sobre qué cosas, sino que nos conducen a aquello sobre lo que debemos pensar, nos marcan la agenda. No es un poder menospreciable, aunque conviene siempre recordar que políticos con un amplio campo de medios a su favor han perdido elecciones: Berlusconi, magnate de los medios de comunicación en Italia, siendo presidente del gobierno sufrió un varapalo electoral en las municipales de 2011 (la derrota en Milán, el feudo particular del magnate, fue la más dura) y acabó dimitiendo unos meses después, por el efecto combinado de la derrota electoral de su partido, la crisis económica y las presiones de la Unión Europea. No es un poder baladí, pero, como se ve, para neutralizarlo en parte hace falta una especie de «tormenta perfecta» como la que se cernió sobre la cabeza de *Il Cavaliere* (Laguna, 2010: 155-194).

Jordi Muñoz explica, en un texto luminoso, por qué el electorado castiga tan poco en las urnas la corrupción. Y pone el ejemplo de Francisco Martínez Capdevila, alcalde desde 1991 de la Vall d'Alba

8. Luis García Tojar (2015): «El nuevo populismo», *El País*, 25 de marzo de 2015.

(menos de 3.000 habitantes) y vicepresidente de la Diputación de Castellón desde 1995. «En 2007 salió a la luz pública que Martínez había inscrito a su nombre hasta 12 fincas de unos 180.000 metros cuadrados en total, provenientes de ‘donaciones’ de vecinos de la localidad, algunas de las cuales vendería posteriormente por hasta 150.000 euros. Ese mismo año, acompañado de una fuerte polémica por la inscripción presuntamente irregular de hasta 600 personas en el padrón municipal, Martínez reeditó su mayoría absoluta con un significativo 69% de los votos en las elecciones municipales, a pesar de las evidencias publicadas sobre su enriquecimiento personal» (Muñoz, 2013).

Martínez Capdevila no sólo revalidó la mayoría en la alcaldía de su localidad. Medró en la política provincial a la sombra de Carlos Fabra, incluso cuando éste ya había sido apartado de la presidencia de la Diputación por estar sentenciado en un caso de corrupción, hasta que en 2015 la sección primera de la Audiencia de Castellón confirmó el procesamiento de Martínez por los delitos de prevaricación, tráfico de influencias, fraude legal y negociaciones prohibidas en relación con la tramitación de la depuradora de Borriol. En 2014 la Agencia Tributaria había enviado un informe al juzgado que se ocupaba del caso Gürtel en el que se señalaba a Martínez como colaborador en la financiación ilegal del PPCV⁹. La Audiencia de Castellón condenó en abril de 2016 a Martínez a ocho meses de prisión, 12.600 euros de multa y la inhabilitación para el ejercicio de cargo público durante dos años.

Con lentitud y con dificultades probatorias, bien podría decirse que en este caso los juzgados han hecho lo que los ciudadanos fueron incapaces de consumir: echar a un corrupto de la política. ¿Por qué tanta pasividad electoral? Jordi Muñoz demuestra que los efectos limitados de la corrupción sobre los procesos electorales son ge-

9. Ignacio Zafra (2014): «El PP valenciano financió ilegalmente las campañas electorales de 2007 y 2008», *El País*, 14 de marzo de 2014.