

LA COMUNICACIÓ A LA COMUNITAT
VALENCIANA (2010-2018): CRISI I CANVI

Col·lecció Periodisme, 3

Dirigida per Guillermo López García

Guillermo López García (ed.)

La comunicació a la Comunitat Valenciana (2010-2018): crisi i canvi



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

IMPRENTA
DIPUTACIÓ DE VALÈNCIA

Índex

Introducció, Guillermo López García	9
1. Temps de mudança: política, mitjans de comunicació i societat valenciana (2010-2018), Francesc Andreu Martínez Gallego	17
2. Els mitjans valencians en el context espanyol, José Gamir Ríos	47
3. Les polítiques de comunicació a la Comunitat Valenciana (2010-2018): entre el tancament de Radiotelevisió Valenciana i la reactivació de la intervenció pública, Andreu Casero-Ripollés	67
4. Comunicació en valencià: mitjans i mercat, Francesc Martínez Sanchis	85
5. Novetats i evolució del marc jurídic aplicable als mitjans de comunicació valencians, Andrés Boix Palop	113
6. Mitjans impresos. Panorama ombrívol a la recerca d'un nou model de negoci, Dolors Palau Sampió i José Luis González	145
7. La comunicació radiofònica a la Comunitat Valenciana: entre la dependència exterior i el renovat impuls públic, Adolfo Carratalá	163
8. Una nova etapa per a el sistema televisiu valencià, Àlvar Peris Blanes	183
9. Panorama de la producció audiovisual al País Valencià, Teresa Díez Recio i Francesc Picó	217
10. Cibermitjans valencians: continguts, estructura i activitat a les xarxes socials, Guillermo López García, Mar Iglesias-García i Lorena Cano-Orón	229
11. Els sectors culturals i creatius a la Comunitat Valenciana, Pau Rausell Köster, María Caballero Pons i Chuan Li	253
12. La comunicació corporativa i institucional a la Comunitat Valenciana, Germán Llorca-Abad	277

Introducció

Guillermo López García

Universitat de València

El sector de la comunicació està sotmès, per la seua pròpia naturalesa, a un procés de transformació constant. Aquest procés ve determinat per les circumstàncies tecnològiques, sens dubte, que han sigut determinants en les últimes dècades per a configurar un ecosistema comunicatiu més fragmentat i divers (i també més precari). Però, sobretot, per les circumstàncies econòmiques, polítiques i socials. Es tracta d'un sector transversal, que afecta pràcticament totes les activitats, perquè totes es visibilitzen i s'interpreten a la llum de la comunicació. El seu impacte en la societat, en conseqüència, és profund.

Quan parlem de comunicació al País Valencià, sobretot amb l'objectiu de fer un balanç de conjunt dels últims anys, són dos els conceptes que sorgeixen immediatament a col·lació. El primer, sens dubte, és el de *crisi*. Crisi econòmica que, unida a la ja mencionada reconversió tecnològica, ha provocat el tancament de molts mitjans de comunicació, l'obertura d'altres i la transformació de tota la resta.

Poques qüestions van encarnar amb tanta claredat l'impacte de la crisi com l'abrupte tancament de la radiotelevisió pública, RTVV, al final del 2013. Tancament traumàtic que va provocar un profundíssim forat en el sector de la comunicació, orfe de la seua empresa –amb diferència– més important i amb major dimensió i presència social, malgrat totes les seues insuficiències. Un forat en l'ecosistema comunicatiu valencià que ha sigut, també, un problema social i polític amb una importància singular aquests anys, resolt parci-

alment amb l'obertura, cinc anys després, de la nova radiotelevisió pública, À Punt Mèdia.

El segon concepte que resumeix els esdeveniments dels últims anys en l'ecosistema comunicatiu valencià és, indubtablement, el de *canvi*. Canvi en el conjunt del sector. Canvi en les estructures de la comunicació, en les empreses i en les audiències. I canvi polític, el produït el maig de 2015, que va desallotjar el PP del poder després de vint anys d'hegemonia. En la Generalitat Valenciana, però també en els principals ajuntaments i en la diputació provincial de València. Un canvi que està darrere, en primer lloc, de la reobertura de la radiotelevisió pública, així com de la reorganització del sector audiovisual en el seu conjunt. Polítiques de comunicació que comprenen també els mitjans impresos i digitals a través de la publicitat institucional i altres iniciatives, com la promoció de continguts en valencià, a la qual molts mitjans s'hi han sumat.

El balanç dels anys del PP no pot ser positiu, vist el tancament dels mitjans públics, el descontrol de les llicències de ràdio i televisió, així com l'afany per influir sobre els mitjans de comunicació privats (a través d'ajudes, o de la seua absència) i dels públics, directament, mitjançant la manipulació informativa. La comparació amb el balanç esmentat, desastrós, ha portat la majoria dels investigadors i analistes, per contrast, a considerar de més bon ull les realitzacions dels seus successors en el poder. Però és prompte encara per a fer-ne estimacions. La reobertura de la radiotelevisió pública, quasi cinc anys després del seu tancament, és, sens dubte, una bona notícia, però cal analitzar si les condicions en què es produeix, després d'un procés llarguíssim i confús, contaminat per les demandes laborals dels extreballadors, són les idònies.

Pel que fa a les ajudes als mitjans privats, via publicitat institucional, o a través de les ajudes al foment del valencià, sens dubte els diners públics reguen amb generositat els principals mitjans de comunicació com a conseqüència de tots dos conceptes. Les administracions públiques contribueixen, així, a dotar de solidesa

l'ecosistema comunicatiu valencià. Però és inevitable preguntar-se si aquests diners públics busquen algun tipus de contraprestació. És inevitable generar suspicàcies, i és obligatori estar-hi atents.

En qualsevol cas, convé reiterar l'evidència. Si es tracta d'establir una primera comparació, cal ser clars: pel que concerneix el sector de la comunicació, el balanç del govern del Botànic, amb tots els problemes i matisos que vulguem posar-hi (i que, en part, acabem d'exposar), és, sens dubte, millor que el dels governs que el van antecedir. Encara que només siga perquè les seues realitzacions, per molts problemes que comporten, sempre atresoraran un valor més gran que no fer res; o que destruir el que es tenia.

Què oferim en aquest llibre? Busquem mostrar com és el sector de la comunicació al País Valencià, quines són les seues fortaleeses i debilitats; com ha evolucionat els últims anys i com és previsible que ho faça en el futur. Partim dels estudis que hem desenvolupat en l'última dècada des del Grup d'R+D Mediaflows (www.mediaflows.es), i en particular del treball col·lectiu, de característiques semblants, que es va publicar el 2010, *El ecosistema comunicativo valenciano* (López García, 2010). Un moment molt diferent de l'actual, en el qual ja s'albiraven les conseqüències de la crisi econòmica i la reconversió tecnològica però encara no s'havien fet patents, i en què l'influx de les noves tecnologies comunicatives, tot i que molt important, no havia aconseguit arribar encara a tot el sector amb el grau de profunditat i amb l'omnipresència que acrediten actualment.

Prèviament, en els anys noranta, diverses investigacions (Xambó, 1996; Laguna, 2000) havien efectuat l'anàlisi de conjunt del sector de la comunicació al País Valencià. I, naturalment, en el període que hi ha entre el 2010 i l'informe actual trobem algunes anàlisis centrades en un determinat sector de l'ecosistema comunicatiu valencià, com en els cibermitjans (López García, 2012); en l'impacte del tancament d'RTVV i les propostes per a reactivar els mitjans públics (Martín i Requena, 2015; Rodríguez i Santonja, 2015; Marzal,

Izquierdo i Casero, 2015), o en la problemàtica laboral (Kucukalic i Torremocha, 2016), particularment preocupant, i agreujada, no cal dir-ho, pel tancament d’RTVV que hem esmentat.

Pensem que urgeix, vuit anys després del treball col·lectiu del 2010, i davant de l’absència d’una anàlisi de conjunt com aquella, reprendre el pols i cartografiar el sector. Per a saber d’on venim, com estem i, com a derivada inevitable de tot això, escrutar on anem. Un treball fet també des del Grup d’R+D Mediaflows, en el qual estan involucrats molts investigadors que van participar en l’anàlisi del 2010 i han pogut, així, realitzar una actualització i revisió de l’enfocament o sector en què estan especialitzats amb la perspectiva que dona el temps.

Què ens hi hem trobat? Les xifres generals mostren un cert creixement en el nombre de mitjans de comunicació que operen al territori valencià. Si en 2008-2012, el període en què vam desenvolupar les nostres recerques inicials, el nombre global de mitjans arribava als 465 (taula 1), actualment en tindríem un centenar més, 570 en total (taula 2).

Taula I: Mitjans de comunicació a la Comunitat Valenciana (2008-2012)				
ANY	Mitjans escrits	Ràdio	TV	TOTAL
2008	89	109	35	233
2010	125	127	38	290
2012	274	133	58	465

Font: López García, 2008, 2010 i 2012

Taula II. Mitjans de comunicació a la Comunitat Valenciana (2017)					
Àmbit	Nacional	Autonòmic	Provincial	Local	Total
Prensa escrita*	0	3	14	39	56
Ràdio	43	2	18	199	262
TV	0	0	2	30	32
Revistes	0	4	1	17	22
Cibermitjans	8	25	14	113	160
Podcasts	0	11	1	1	13
Repositori audiovisual	0	2	2	1	5
Butlletí**	0	2		3	5
Mitjans impresos***	0	0	0	15	15
Total	51	49	52	418	570

*Prensa escrita: diaris en paper amb presència digital

**Butlletí: publicació periòdica informativa per part d'un organisme oficial

***Mitjans impresos: publicacions disponibles només en paper

Font: OTR2016-17109INVES, Directori de mitjans de comunicació de la Comunitat Valenciana

Un creixement substanciat, sobretot, en l'augment d'emissores de ràdio el 2017 respecte del 2012, mentre que altres mitjans, com la televisió, han decrescut significativament; i no sols pel mencionat tancament de RTVV, perquè baixem de 58 cadenes de televisió el 2012 a 32 actualment. Un descens en què el caos del règim de concessió de les llicències de TDT té, sens dubte, molt a veure. Els mitjans escrits, finalment, mantenen els números del 2012, si bé és previsible intuir que ara hi ha una presència més important de mitjans exclusivament digitals, que gradualment ocupen l'espai dels impresos (López García i Cano Orón, en premsa).

Aquestes xifres ens serveixen de punt de partida per a abordar l'anàlisi des d'una perspectiva de conjunt, articulada a partir

d'enfocaments diversos. Aquest és l'objectiu de la primera part del llibre, formada per cinc capítols. En el primer, Francesc Andreu Martínez Gallego descriu quina ha sigut l'evolució del sector de la comunicació, integrada en el canvi social, més profund, que ha experimentat la societat valenciana en el període 2010-2018. En el segon capítol, José Gamir posa en relació el sector de la comunicació al País Valencià amb el context espanyol. En el tercer, Andreu Casero avalua les polítiques de comunicació dutes a terme per les administracions públiques. En el quart capítol, Francesc Martínez Sanchis analitza la qüestió lingüística: la presència de la llengua valenciana en els mitjans de comunicació, i el seu impacte correlatiu sobre la difusió i presència social de la llengua pròpia del País Valencià. Finalment, en el cinquè capítol, Andrés Boix interpreta la normativa generada aquests anys aplicable al sector dels mitjans de comunicació.

En la segona part del llibre, composta per set capítols, es proposa al lector una anàlisi detallada, sector per sector. En el capítol sis, Dolors Palau i José Luis González analitzen els mitjans impresos. En el capítol set, Adolfo Carratalá fa el mateix amb la ràdio. En els capítols vuit i nou es fa una descripció detallada del sector audiovisual en el seu conjunt: les televisions que operen al País Valencià (Àlvar Peris) i les productores audiovisuals (Teresa Díez Recio i Francesc Picó). En el capítol deu (Guillermo López, Mar Iglesias i Lorena Cano) se centren en els nous mitjans digitals. En el capítol onze, l'equip del Grup d'I+D Econcult (Pau Rausell, María Caballero i Chuan Li) avalua la situació en el conjunt de les indústries culturals. Per a acabar, en el capítol dotze, Germà Llorca analitza la naturalesa i les característiques de la comunicació institucional emanada des de les institucions públiques.

Es tracta d'un treball, finalment, que no hauria sigut possible dur a terme sense el suport de dues institucions públiques. D'una banda, la Universitat de València, i en concret el Vicerectorat de Participació i Projecte Territorial, que va finançar l'elaboració

d'una base de dades de mitjans de comunicació valencians, en la qual ens hem basat parcialment en aquesta investigació (Directori de mitjans comunicació de la Comunitat Valenciana, clau OTR2016-17109INVES). De l'altra, el suport de la Institució Alfons el Magnànim, que des del començament es va interessar pel projecte i que publica els resultats d'aquesta recerca en les seues dues versions (castellà i valencià) i formats (digital i imprès).

Aquest llibre busca, en definitiva, desbrossar el camí, cartografiar-lo i oferir un punt de partida per a futures actualitzacions i per a facilitar l'elaboració de treballs de vocació més específica o sectorial que permeten aprofundir en major grau en l'anàlisi. Confiem que desperte l'interès del lector i que puguem procedir a l'estudi de l'ecosistema comunicatiu valencià d'una manera més sistematitzada a partir d'ara. El 2010, quan es va publicar l'anterior recerca de conjunt, acabàvem la introducció al llibre expressant el desig que no hagueren de passar deu anys per a publicar l'informe següent. N'han passat vuit. Per poc, però el desig s'ha complit. Esperem, en conseqüència, que no hagen de passar vuit anys per a la propera ocasió.

Bibliografia

- KUČUKALIĆ, E. i 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 comunicación en los 90. El mercado valenciano*. València: Universidad Cardenal Herrera-Ceu.
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2008): *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. València: 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*. València: Tirant lo Blanch.

- LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.) (2012): *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*. València: Tirant lo Blanch
- LÓPEZ GARCÍA, G. i CANO ORÓN, L. (en premsa): «2007-2017: una década de crecimiento, crisis y reconversión para el ecosistema comunicativo valenciano». Diversos autors. *La sociedad valenciana*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- MARTÍN, D. i REQUENA, P. (2015): *Un model per a la comunicació audiovisual valenciana*. València: Unió de Periodistes Valencians.
- MARZAL, J.; IZQUIERDO, J.; i CASERO, A. (ed.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de la nueva gobernanza*. Barcelona-Castelló-València: UAB, UJI, UPF, UV.
- RODRÍGUEZ I SANTONJA, J. (ed.) (2015): *Pasado, presente y futuro de RTVV*. València: Uno y Cero Ediciones.
- XAMBÓ, R. (1996): *El sistema comunicatiu valencià* [tesi doctoral]. València: Universitat de València.

Capítol 1. Temps de mudança: política, mitjans de comunicació i societat valenciana (2010-2018)

Francesc Andreu Martínez Gallego
Universitat de València

1. Corrupció: cada vegada menys anomalia

Quan el 2010 vaig elaborar una síntesi sobre l'evolució comunicativa valenciana en el primer decenni del nou mil·lenni, el factor dominant en el camp de la política era la llarga durada dels governs autonòmics comandats pel Partit Popular (PPCV) i el tenor de les polítiques públiques (comunicatives) afavorides per aquests governs, que venien succeint-se des de 1995 (Martínez Gallego, 2010). Fins llavors, sota les presidències d'Eduardo Zaplana (1995-2002), José Luis Olivas (2002-2003) i Francisco Camps (2003-2011), la Generalitat, d'una banda, i el PPCV, de l'altra, havien desenvolupat una agressiva política de mitjans de comunicació centrada en la corporació pública Radiotelevisió Valenciana, però també amb importants ramificacions en el sector privat de mitjans de comunicació, com veurem.

El 2011 apareixia el llibre *El secuestro de la democracia. Corrupción y dominación política en la España actual*, en el qual es defensava i s'argumentava àmpliament la tesi de l'«anomalia valenciana», segons la qual, a la Comunitat Valenciana i des del 1995, s'hauria anat teixint un sistema que, tot i descansar en institucions democràtiques, se servia de mecanismes irregulars (clientelisme, corrupció, política de mitjans i neopopulisme) per a establir una hegemonia partidista destinada a prolongar-se en el govern mitjançant la con-

solidació d'uns avantatges determinants que alteraven el joc de la democràcia de partits i, especialment, els processos electorals (Piqueras, Martínez, Laguna i Alaminos, 2011).

Amb el temps, la tesi central d'aquell llibre es va tornar recurrent en el discurs públic, quasi sempre sota la fórmula sintètica de *dopatge electoral*: el PPCV s'hauria finançat il·legalment de manera sistemàtica amb la intenció d'acudir a les eleccions amb una capacitat de maniobra financera molt superior a la de la resta de partits i a la permesa per la llei. De fet, en el llibre en qüestió, José Antonio Piqueras apuntava que el finançament il·legal, el suborn, el tràfic d'influències i el delictes electoral eren les imputacions que més es repetien en les causes judicials que afectaven la cúpula del PP (especialment en l'anomenada trama Gürtel), encara que també hi apareixien la falsedat documental, el delictes fiscal, la prevaricació, el blanqueig de diners i, fins i tot, l'associació il·lícita. Certament, «diversos imputats hauran de respondre, a més, a l'acusació d'increment patrimonial injustificat», però aquests emoluments s'enquadren en el capítol de les desviacions cap al peculi privat de les quantitats cobrades en comissions a diferents empreses, i que com a finalitat principal tenien l'extrafinançament del PPCV.

L'expresident de la Generalitat Valenciana Eduardo Zaplana es va convertir en ministre de Treball i portaveu del govern de José María Aznar el 2002. Després de la derrota electoral del PP en les eleccions generals de 2004 passà a ser portaveu del Grup Parlamentari del PP en l'oposició en el Congrés dels Diputats fins al 2008. Llavors va eixir aparentment de la primera línia política per a dedicar-se als negocis i va ocupar un alt càrrec en la companyia Telefónica, a més de fundar la consultora Decuria Consulting SL. Quan escric aquestes línies (2018), Eduardo Zaplana és a la presó, després d'haver sigut acusat per blanqueig de capitals. El 2017 havia estat imputat pel jutge Eloy Velasco –antic director general de Justícia de la Generalitat Valenciana entre 1995 i 2003, nomenat per Eduardo Zaplana– en el cas Lezo de corrupció, pels seus tractes amb

l'expresident de la Comunitat de Madrid, Ignacio González, empresonat l'abril de 2017, acusat d'irregularitats en la gestió de l'empresa pública Canal de Isabel II. Segons la premsa, «Ignacio González pretenia adquirir amb ell [Eduardo Zaplana] el 50 % d'una societat a Uruguai a través d'un advocat d'aquell país, Fernando Bellot. Aquesta mercantil anava a servir per a blanquejar els fons que l'expresident madrileny havia obtingut a través de suposades comissions il·legals».¹

L'expresident José Luis Olivas es va convertir en president de Bancaixa el 2003 i va portar a la ruïna aquesta entitat, fins a acabar fusionada amb Caja Madrid, en l'operació que va donar lloc a Bankia, el juliol de 2010. Olivas va ser condemnat el 2017 a any i mig de presó pel pagament de més de mig milió d'euros a Sedesa, una empresa en la qual participava Bancaixa i dirigia aleshores Vicente Cotino, nebot de Juan Cotino, exconseller i expresident de les Corts Valencianes. Segons la investigació, Olivas va cobrar «el mos» després que Sedesa obtinguera una plusvàlua de prop de quaranta milions d'euros per haver traspassat a Endesa la seua participació en la societat pública Projectes Eòlics Valencians.² Olivas també va ser imputat en el cas Bankia per falsedat i administració fraudulenta, maquinació per a alterar el preu de les coses i apropiació indeguda, així com per la participació de Bancaixa i el Banc de València en l'ampliació de capital del València Club de Futbol.

L'expresident Francisco Camps va ser imputat el març de 2009 per l'existència d'indícis del delictes de suborn previst i penat en l'article 426 del Codi penal. Se'n va dir el «cas dels vestits» i era una peça separada de la trama Gürtel. Incurs en causa penal, Camps va ser confirmat per Mariano Rajoy com a candidat del PPCV a les eleccions autonòmiques del 2011, en les quals va obtenir un sonor triomf. No obstant això, la pressió judicial va ser creixent davant de

1. *El País*, 25/4/2017.

2. *Eldiario.es* 16/11/2016 i *El País*, 29/5/2018.

l'evolució del cas, i Camps va dimitir de la presidència el juliol de 2011. El gener de 2012 va ser absolt per un jurat popular en el cas dels vestits, encara que pel camí, el Tribunal Superior de Justícia de la Comunitat Valenciana havia desestimat informes policials que avalaven la participació de Camps en la trama. El 2016, l'empresari alacantí Enrique Ortiz havia reconegut a la Fiscalia «l'existència d'un sistema de finançament il·legal del PP a la Comunitat Valenciana durant l'etapa de govern de Francisco Camps. En un escrit presentat per la seua defensa en el marc de la peça valenciana de la trama Gürtel, Ortiz admet el pagament de factures falses per serveis no prestats a una de les empreses de la Gürtel, Orange Market, diners que s'haurien destinat a les campanyes de les eleccions autonòmiques i municipals del PP el 2007 i les generals del 2008».³ D'altra banda, Camps està imputat en altres causes judicials, com el cas de la Fórmula 1 o cas Valmor.⁴

El 20 de juliol de 2011, Camps dimitia de la presidència de la Generalitat: «Voluntàriament oferisc el meu sacrifici perquè Mariano Rajoy siga el pròxim president del Govern», va dir en el seu comiat. El va succeir Alberto Fabra, fins llavors alcalde de Castelló i diputat a les Corts Valencianes, en el càrrec de president de la Generalitat. Fabra, sent regidor d'Urbanisme, havia sigut imputat el 2003 pel jutjat número 1 de Castelló pels càrrecs de prevaricació, tràfic d'influències i falsificació de document públic en l'adjudicació d'uns terrenys de Renfe a l'empresari Luis Batalla, terrenys que van quedar alliberats després del soterrament de les vies del tren.⁵ La imputació no va prosperar i Fabra va arribar a la Generalitat amb l'aureòla de la regeneració d'un PPCV assetjat pels casos de corrupció. Va fer famoses frases com «no vull afiliats que acatxen la mirada per corrupció»,⁶ però les mesures concretes que va arbitrar

3. *Eleconomista.es*, 1/4/2016.

4. *El País*, 24/2/2017.

5. *Elplural.com*, 4/5/2015.

6. *El Mundo*, 9/3/2014.

com a secretari general del PPCV o com a president de la Generalitat per a lluitar contra la corrupció van ser escasses.

Com es pot explicar la longevitat dels governs populars al capdavant de la Generalitat Valenciana, malgrat els molts imputats per casos de corrupció i de l'executòria dels presidents autonòmics, que succintament hem abordat des de la perspectiva judicial?

2. Els mitjans del país ionqui

Sergi Castillo va publicar, el 2016, el llibre *Yonquis del dinero. Las diez grandes historias de corrupción valenciana*, en què tornava a bussejava en l'anomalia valenciana, cas únic a Europa, ja que «fins a 15 exmembres del govern Valencià han sigut investigats o condemnats per delictes de corrupció» (Castillo, 2016).⁷ Les històries que s'hi relaten, i que ja estaven apuntades en *El secuestro de la democracia*, deixen fora una de les grans preguntes d'aquesta història poc edificant: per què la corrupció política, la *tangentòpoli* valenciana, no va tenir conseqüències electorals ni el 2007 ni el 2011? Hi van tenir alguna cosa a veure els mitjans de comunicació o, més ben dit, les polítiques de mitjans públics dutes a terme per la Generalitat i els treballs sobre els mitjans privats duts a terme pel PPCV o pel mateix govern autonòmic?

En les eleccions autonòmiques de 2011, el PPCV, amb Francisco Camps encapçalant les llistes electorals, va obtenir 1.211.112 vots; la resta de les forces polítiques, sumades, 1.179.090 vots. El Partit Socialista (PSPV) havia obtingut el pitjor resultat de la seua història en eleccions autonòmiques, amb 687.141 vots. Compromís era la tercera força amb només 175.087 vots, i la seguia Esquerra Unida amb 144.201 vots. El costat cridaner del cas és que en les llistes del PPCV hi havia deu noms imputats per tribunals per casos de corrupció.

7. El mateix autor ja s'havia ocupat del cas Gürtel en el llibre *Tierra de saqueo. La trama valenciana de Gürtel*. Barcelona: Lectio Ediciones, 2013.

La nostra tesi, ja exposada, era que la força conjugada del clientelisme i la política de mitjans de comunicació, tenien una gran capacitat explicativa per a entendre la continuïtat del PPCV al capdavant de la Generalitat i els seus magnífics resultats electorals. Em centraré ací únicament en la qüestió dels mitjans, en el que algú ha anomenat *l'imperi de l'audímetre*, per a significar el que Bernard Manin denomina *democràcia d'audiència* (Manin, 1999).⁸ Fora dels mitjans, i especialment de la televisió, només hi ha marginalitat política: els mitjans gestionen la visibilitat de partits, polítics i institucions i no solament ens diuen sovint què hem de pensar sobre quines coses, sinó que ens condueixen als temes sobre els quals hem de pensar, ens marquen l'agenda. No és un poder negligible, encara que convé sempre recordar que polítics amb un ampli camp de mitjans a favor seu han perdut eleccions: Berlusconi, magnat dels mitjans de comunicació a Itàlia, sent president del govern va rebre una garrotada electoral en les municipals de 2011 (la derrota a Milà, el feu particular del magnat, va ser la més dura) i va acabar dimitint uns mesos després per l'efecte combinat de la desfeta electoral del seu partit, la crisi econòmica i les pressions de la Unió Europea. No és un poder intranscendent, però, com es veu, per a neutralitzar-lo, en part cal una mena de «tempesta perfecta», com la que es va abatre sobre el cap d'Il Cavaliere (Laguna, 2010: 155-194).

Jordi Muñoz explica, en un text lluminós, per què l'electorat castiga en les urnes tan poc la corrupció. I posa l'exemple de Francisco Martínez Capdevila, alcalde des de 1991 de la Vall d'Alba (menys de 3.000 habitants) i vicepresident de la Diputació de Castelló des de 1995: «En 2007 va eixir a la llum pública que Martínez havia inscrit al seu nom fins a 12 finques d'uns 180.000 metres quadrats en total, provinents de "donacions" de veïns de la localitat, algunes de les quals vendria posteriorment per vora 150.000 euros. Aqueix mateix any, acompanyat d'una forta polèmica per la inscripció presump-

8. Luis García Tojar (2015): «El nuevo populismo», *El País*, 25/3/2015.

ment irregular de fins a 600 persones en el padró municipal, Martínez va reeditar la seua majoria absoluta amb un significatiu 69% dels vots en les eleccions municipals, malgrat les evidències publicades sobre el seu enriquiment personal» (Muñoz, 2013).

Martínez Capdevila no solament revalidaria la majoria en l'alcaldia de la seua localitat. Creix en la política provincial a l'ombra de Carlos Fabra, fins i tot quan aquest últim ha sigut ja apartat de la presidència de la Diputació per estar sentenciat en un cas de corrupció, fins que el 2015, la secció primera de l'Audiència de Castelló confirma el processament de Martínez pels delictes de prevaricació, tràfic de influències, frau legal i negociacions prohibides en relació amb la tramitació de la depuradora de Borriol. El 2014, l'Agència Tributària havia enviat un informe al jutjat que s'ocupava del cas Gürtel en el qual s'assenyalava a Martínez com a col·laborador en el finançament il·legal del PPCV.⁹ L'abril de 2016, l'Audiència de Castelló va condemnar Martínez a vuit mesos de presó, 12.600 euros de multa i la inhabilitació per a l'exercici de càrrec públic durant dos anys.

Amb lentitud i amb dificultats probatòries, ben bé es podria dir que en aquest cas els jutjats han fet el que els ciutadans van ser incapaços de consumir: tirar un corrupte de la política. Per què tanta passivitat electoral? Jordi Muñoz demostra que els efectes limitats de la corrupció sobre els processos electorals són generalitzats i que, per tant, hi ha uns «mecanismes de perdó», pels quals els ciutadans eximeixen els corruptes. En primer lloc, les rendes extretes de l'activitat corrupta són a voltes àmpliament distribuïdes com a mecanismes del suport polític necessari per a seguir extraient aquestes rendes. És el clientelisme típic de les organitzacions mafioses o corruptes. Hi ha també l'anomenat *intercanvi implícit*: «El votant [...] decideix mantenir el seu suport al polític corrupte

9. Ignacio Zafra (2014): «El PP valenciano financió ilegalmente las campañas electorales de 2007 y 2008», *El País*, 14/3/2014.