

“El despilfarro no se vio en pantalla”

Profesionales de Canal 9 relatan cómo Presidencia controlaba los informativos

También se pagaban favores con programas o se imponía la compra de documentales

El País, Ferran Bono. Valencia (16/11/2013)



El productor y extrabajador de Canal 9 Francesc Picó, que trabajó en programas como 'Tómbola' o 'L'alquería blanca'. JESÚS CISCAR

Francesc Picó conoce muy bien la casa. Entró en Canal 9 como becario en 1988 y aprobó las primeras oposiciones, entrando en la plantilla cuando arrancaron las emisiones en 1989. Ha desempeñado varios cargos a lo largo de todas las etapas de la televisión autonómica, desde la producción ejecutiva de *Tómbola* hasta la jefatura de Producción o de la Sección de Ficción en la época de *L'Alquería Blanca*. También tuvo momentos de ostracismo. Fue despedido en febrero. No parece resentido, sí muy disconforme con la decisión de cerrar RTVV, que considera “un golpe de Estado”. Habla desde su experiencia de profesional de la televisión. No quiere meter a todos en el mismo saco ni presentarse como abanderado de nada. Insiste en que hay grandes profesionales y distingue entre “los trabajadores que seguían una línea editorial marcada por la empresa y los que eran colaboradores necesarios” para llevar el modelo de Canal 9 al paroxismo de la manipulación, el descrédito y el despilfarro. “Siempre hay grados”, afirma.

Picó sostiene que se ha gastado dinero a espuestas en la televisión, pero también introduce un matiz. “Con la llegada de [Jesús Sánchez] Carrascosa a la dirección se disparó la contención del gasto. El director económico le comentó que era una barbaridad el gasto de un verano, con el alquiler del barco para *De nou a la mar*, con Manolo Escobar en *De Orihuela a la fama*, los musicales de *Poble en poble...* Y él respondía: “Me han dicho que venga aquí a subir la audiencia y hay que hacer cosas que llamen la atención”. Los gastos eran brutales pero se veían en la pantalla. Como pasaba con *Tómbola*”, explica.

Este polémico espacio merece un capítulo aparte. “Desde un punto de vista como ciudadano que cree en la televisión pública, *Tómbola* no era adecuado. Pero fue un éxito de audiencia y trajo publicidad. Se pagaban grandes cantidades de dinero a los periodistas habituales (Jesús Mariñas cobraba 3.000 euros por programa) y a los invitados. Chabeli fue el no va más, aunque no sé la cantidad... Hubo un despilfarro y no lo justifico pero el programa era rentable”.

Lo que no se veía era toda una ristra de programas que se encargaban *ad hoc*, por motivos que no tenían nada que ver con los intereses de una televisión autonómica con lengua propia, sino con el pago de favores. Todos en castellano y con una audiencia ínfima. “Es el despilfarro que no se ve en la tele, el de programas para Julián Lago, Sánchez Dragó o Bárbara Rey, entre otros... El despilfarro viene de ahí y sobre todo del dinero que se han llevado por la visita del Papa, por ejemplo; viene del incremento continuo de los contratados por obra que terminaban quedándose porque la obra, como trabajar en *L’Oratge*, nunca acaba; en el aumento del personal que formaba la maquinaria administrativa y burocrática que debía paradójicamente controlar el gasto, mientras que en Ficción y Doblaje no había ni un solo lingüista, lo que da cuenta del interés por la lengua. En fin, hacían lo que les daba la gana y se llegó a una situación insostenible, con 1.700 trabajadores”, relata el productor, que asegura que pasó por periodos sin apenas atribuciones por sus conocidas simpatías políticas por la izquierda. “Si hubiera tenido papeles, me voy al juzgado”, agrega.

La visión de Picó sobre el despilfarro es coincidente con las de productores consultados. “¿Cuántos programas sin ninguna calidad, ni audiencia, se han hecho pagados por todos para satisfacer los intereses del PP? Hasta la periodista Isabel Durán contó en Tele 5 que la llamó Francisco Camps para que viniera a Canal 9 porque se había enfrentado en una tertulia al sastre José Tomás del caso de los trajes. Acabó presentando la tertulia política”, recuerda un profesional de larga experiencia.

Camps invitaba a comer a los tertulianos, que llegaron a cobrar 1.000 euros por programa, además de viajar en *business* en avión a cargo de Canal 9. Otros profesionales del entorno del PP que tuvieron programa propio fueron el primer director del diario ultraconservador *La Gaceta*, Carlos Dávila, que cobraba en torno a 6.000 euros por *En exclusiva*, o el también actor y productor Miguel Angel Tobías, presentador y moderador de actos contra el aborto con presencia de Jaime Mayor Oreja, al que la televisión valenciana la asignó *Hora de salut*.

Son muchas las contrataciones que llevan impresas el signo, cuanto menos, de la sospecha. Una de las compras más llamativas fue la de los tres documentales de sesgo ultraconservador a la productora Triskel, vinculada al exjefe de Antena de Canal 9 y exdirectivo de Intereconomía, Fernando Lázaro Quintela. Se acordó adquirirlos por 532.500 euros más IVA (177.500), un precio absolutamente desorbitado para este tipo de productos. Hasta la Sindicatura de Comptes advirtió de las irregularidades de la operación. Los documentales trataban sobre el juez Baltazar Garzón, Alfredo Pérez Rubalcaba y los GAL.

En calidad de jefe del Departamento de ficción y responsable de documentales, Picó participó en 2011 en la comisión de compras de esos documentales y recuerda perfectamente cómo el entonces director de la televisión, Luis Redondo, sorprendió a todos con su propuesta.

“Hacíamos un informe para cada propuesta de compra y de repente el director dijo: ‘Aquí hay una propuesta de documental muy interesante’. Nadie sabía nada de ello y de mí debían partir las propuestas. Recuerdo que alguien preguntó: ‘¿Son interesantes o se supone que nos ha de interesar mucho?’ El precio estaba fuera de mercado, pero el director insistió en que tenían muchas posibilidades de comercialización y le entregó la propuesta a Antonio Hervás, el *controller* [contratado para controlar el gasto]”.

Sólo se llegó a emitir el documental de Garzón. Los propios profesionales de la casa elaboraron un informe que no justificaba el precio de los trabajos y los descalificaba por su baja calidad y su escasa oportunidad. Esto último se produjo durante el mandato de la directora general, Rosa Vidal, que dimitió la pasada semana tras el anuncio del cierre de la RTVV. Vidal y el consejo de Administración de RTVV se negaron a pagar a Triskel el dinero acordado con anterioridad.

Los diputados socialistas Josep Moreno y Ana Barceló denunciaron esta semana la compra en el juzgado de guardia, aportando documentación y datos por si se desprenden indicios de criminalidad. La denuncia va dirigida contra Fernando Lázaro Quintela y el director general de entonces, José López Jaraba.

Si el despilfarro no tenía un reflejo directo en la pantalla del televisor, lo que sí veía con claridad era la manipulación política de los informativos. Era *vox populi* entre los profesionales de la casa y de fuera de ella la relación directa que había entre los jefes de informativos de RTVV y los responsables políticos y de comunicación de Presidencia de la Generalitat, sobre todo durante el mandato de Eduardo Zaplana, con su colaboradora Genoveva Reig en la dirección de Canal 9, y el de Francisco Camps, con Lola Johnson en la dirección de la cadena, antes de ser nombrada portavoz y consejera de Cultura. El exjefe del departamento técnico, Luis Sabater, habla de sintonía entre los mensajes de Presidencia y las escaletas de los noticiarios.

Un periodista de la casa incide en que el control informativo no lo ejercían los profesionales especialmente en las esferas informativas más calientes, es decir, en la

política autonómica, local y nacional, aunque también distingue diferentes grados y momentos. La delgada línea roja entre el ejecutivo y el *informativo* era tan delgada que no se veía, agrega.

Otro profesional de Canal 9 que también conoció de cerca el *modus operandi* que se empleaba en las etapas “más duras de control político” abunda en la misma idea. Los lunes tocaba reunión en Presidencia de la Generalitat entre los responsables de Comunicación de ésta y la dirección de Informativos para analizar la agenda presidencial y los temas que se tenían que tratar. Una vez marcada la hoja de ruta, arrancaba la semana informativa en Canal 9.