

## *Nueva quiebra de RTVE y reordenación del mapa televisivo español durante el mandato de Aznar*

Por **Ramón Tijeras / URJC**

Periodista, escritor y profesor. Nació en Madrid en 1963. Es Doctor y Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad ejerce como profesor de Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Como investigador, es autor de varios libros y documentales sobre actualidad política, comunicación y cultura.

### **RESUMEN**

*El programa con el que el Partido Popular ganó las elecciones de 1996 afirmaba que "la irresponsable y sectaria dirección ejercida por el Partido Socialista ha conducido a RTVE a una situación de extrema gravedad, tanto por el exorbitante nivel de endeudamiento como por una gestión caracterizada por el despilfarro y la beligerante orientación partidista". Pues bien, Fernando López-Amor superó con creces el desafío de hundir aún más el barco de la televisión pública. López-Amor fue el último director general del equipo de Comunicación afín a Francisco Alvarez Cascos y Miguel Angel Rodríguez. Los doberman de la derecha influyeron decisivamente a la hora de organizar el mapa audiovisual español. Miguel Angel Rodríguez, además, usó su influencia como trampolín para saltar al proceloso mundo de los negocios.*

### **ABSTRACT**

*The program with which the People's party gained the choices of 1996 was affirming that " the irresponsible and sectarian direction exercised by the Socialist party has led RTVE to a situation of extreme gravity, both for the exorbitant level of debt and for a management characterized by the squandering and the belligerent partisan orientation ". Well then, Fernando Lopez-Amor overcame fully the challenge of sinking furthermore the ship of the public television. Lopez - love was the last general manager of the equipment of related Communication to Francisco Alvarez Cascos and Michael Angel*

*Rodríguez. The doberman of the right influenced decisively at the moment of organizing the audio-visual Spanish map. Michael Angel Rodríguez, in addition, used his influence as springboard to jump to the stormy business world.*

---

La llegada de Fernando López-Amor a la Dirección General de RTVE supuso el canto de cisne de un nutrido grupo que había trabajado desde el Gobierno para derechizar el rumbo del Partido Popular. López-Amor pertenecía al equipo de confianza de Francisco Alvarez Cascos y Miguel Angel Rodríguez, vicepresidente del Gobierno y secretario de Estado de Comunicación bajo el primer Gobierno del PP, respectivamente, que representaban el espíritu amenazante de esa raza de perros llamada doberman.

El segundo director general de RTVE de la era Aznar era un personaje con pedigrí. Muchos periodistas tuvimos la ocasión de conocerle cuando ejercía como coordinador del sindicato de inspectores fiscales junto a la conocida Pilar Valiente, quien después de actuar como perito en el caso Filesa, acabó ejerciendo como presidenta de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, de donde salió escopetada tras los escándalos que se acumularon alrededor de esta institución.

López- Amor y Valiente enarbolaron entonces la bandera del PP contra la corrupción. Sin embargo, cuando López-Amor desembarcó en RTVE los periódicos se dedicaron a recopilar sus hazañas en letras de molde. El Psoe se cebó especialmente con él antes de que iniciara su labor en el Ente. Sus responsables recordaban cómo Fernando López-Amor, que fue concejal y diputado nacional del PP, estuvo a punto de hacer frente a un juicio por prevaricación por la concesión irregular de un puesto en Mercamadrid.

Los hechos ocurrieron en 1994, cuando López-Amor, entonces concejal de Hacienda, adjudicó el local número 29 de Mercamadrid a Susana San Martín por ocho millones de pesetas más un canon mensual de 226.000. En el decreto de concesión incluyó una cláusula especial que obligaba a la adjudicataria a contratar a las personas que habían trabajado anteriormente en ese mismo puesto para otro empresario al que se anuló la autorización. San Martín entendió que esa imposición era ilegal y le perjudicaba. Como su recurso ante el Ayuntamiento fue desestimado, presentó una querrela por prevaricación contra López-Amor. La Audiencia de Madrid admitió a trámite la querrela el 16 de septiembre de 1994. El Juzgado de Instrucción número 21 inició las diligencias y López-Amor tuvo que declarar. Justificó su conducta en "la defensa del derecho de los trabajadores" y explicó a la juez María Paz Redondo que firmaba "miles de resoluciones al día" y no comprobaba los expedientes porque "llegaban desde diferentes direcciones de su Concejalía".

La instructora dictó el 13 de noviembre de 1995 un auto en el que declaraba que de las diligencias previas resultaban "indicios suficientes para imputar un delito de prevaricación" a López-Amor. Así, pedía al fiscal y al representante de la demandante que formularan sus escritos de acusación para iniciar el juicio oral. La acusación particular reclamó entonces una pena de 12 años de inhabilitación para López-Amor y 36 millones de indemnización por los daños causados.

Pero la vista no se celebró porque sólo quince días después, el 28, el Ayuntamiento aceptó el recurso de la demandante, suprimió la cláusula y rebajó el precio del puesto de ocho millones a un millón. En consecuencia, la acusación se dio por satisfecha y pidió el sobreseimiento del caso, lo que se produjo el 13 de diciembre de 1995.

El socialista Barranco no entendió el apaño, porque al rebajar el precio del local de Mercamadrid, López-Amor pudo incurrir en un nuevo delito de prevaricación: "La Administración pública tiene prohibido conciliar con un demandante cuando está abierto un proceso judicial en defensa de los intereses generales. Si la intención real de López-Amor era defender los derechos de los trabajadores, tendría que haber seguido hasta el final. Pero aceptó un apaño para evitar una condena que le podría haber inhabilitado por 12 años".

Las pesquisas de Barranco sobre el historial como gestor municipal de López-Amor se han fijado también en Ciudad Lineal, distrito que presidió en 1990. López-Amor concedió el 17 de julio de ese año una licencia para que la empresa Parking San Marcelo construyera un aparcamiento subterráneo entre dos bloques de pisos. Esta decisión causó la ira de los vecinos, pero López-Amor siguió adelante. Cuando se iniciaron las obras, los vecinos se amotinaron para impedir las y lo consiguieron.

López-Amor dejó esa concejalía con la guerra abierta. Su sustituto, Jorge Barbadillo, se rindió y declaró caduca la licencia. La empresa Parking San Marcelo recurrió a los tribunales de Justicia exigiendo al Ayuntamiento una indemnización de 850 millones por daños y perjuicios.

Ya antes de esos desmanes, el nuevo director general de RTVE había saltado a la fama por la sentencia dictada en 1992 por la Audiencia Nacional condenándole a 15 días de suspensión de empleo por un delito de abuso de autoridad cuando era jefe de inspección de la Administración de Hacienda de Madrid. López-Amor militaba entonces en el Centro Democrático y Social (CDS) y exigió a un subordinado suyo de Hacienda el expediente fiscal de un ex compañero de partido, el concejal Francisco Javier Soto Carmona, que había anunciado su pase al Grupo Mixto y su apoyo al Gobierno socialista, para proceder contra él. Soto acabó dimitiendo y su puesto como edil lo ocupó López-Amor, el inspector fiscal que le había buscado las cosquillas en Hacienda.

El nombre de López-Amor como futuro director del Ente saltó en el telediario de Buruaga del 6 de febrero de 1997, al mismo tiempo que Alvarez Cascos informaba al representante del Psoe en el consejo de administración de RTVE. Según establece el artículo 10 del Estatuto de RTVE, el nombramiento del director general corresponde al Gobierno, "oído el Consejo de Administración". Se trata de un simple trámite, pero de obligado cumplimiento, que el PP ignoró por completo. Si bien la opinión del Consejo no es vinculante, su dictamen debe ser escuchado por el Gobierno.

Cuando el consejero socialista, Diego Carcedo, recibió la noticia por fax, le resultó imposible conocar a esas horas de la noche, las 9, al Consejo, ya que tres de sus miembros residían fuera de Madrid, en el País Vasco, Barcelona y Murcia.

Fernando López-Amor estaba a lo suyo. Se encontraba en el estadio Santiago Bernabéu presenciando el partido Real Madrid-Barcelona. En el intermedio del encuentro, el nuevo director general dijo que había aceptado "el encargo del presidente Aznar" y

esbozó tibiamente su proyecto: "Pienso hacer una televisión plural, para todos, y contando con los profesionales".

A los pocos meses, el nuevo director general del Ente revelaba a los responsables de Comisiones Obreras que para abordar la crisis financiera por la que atravesaba RTVE presentaría un expediente de regulación de empleo que afectaría a unos 1.500 trabajadores, en un plan que debería desarrollarse en cuatro años. CC.OO desveló que en los siguientes presupuestos López-Amor incluiría una reducción del 18 por ciento en gastos de producción y un drástico recorte de las inversiones.

Sin embargo, las cuentas no debieron salirle como pensaba a López-Amor, porque en octubre de 1997 presentó los presupuestos para 1998 al consejo de administración del Ente, con una deuda acumulada prevista de 593.000 millones de pesetas y una petición de ayuda al Estado de 149.246 millones de pesetas.

López-Amor proyectó gastos e inversiones por valor de 236.795 millones de pesetas, pero sólo contó con obtener ingresos por valor de 79.000 millones -incluida la subvención estatal-, lo cual suponía un 33 por ciento de todo el presupuesto. El procedimiento que se le ocurrió para cubrir tan importante diferencia no fue otro que endeudarse más. Por ello concibió un endeudamiento de 149.246 millones que disparaba la deuda hasta los 593.000 millones mencionados.

La diputada socialista Rosa Conde criticó epígrafes concretos de aquellos presupuestos de López-Amor: "el 65 por ciento del presupuesto son pérdidas"; "bajo su mandato se ha multiplicado la deuda acumulada, pasando de 229.000 millones a 444.000"; "la subvención pedida por usted (11.043 millones) es insuficiente"; "los gastos de personal suben un 13 por ciento y los sueldos de los directivos un 400 por ciento".

Los socialistas pensaban que López-Amor tenía el encargo de colocar a RTVE al borde de su "liquidación" para una eventual privatización. El diputado de Izquierda Unida, Felipe Alcaraz, acusó al director general de ser "el delegado del Gobierno en RTVE" y de dirigir "una estrategia de voladura controlada" del Ente, que desembocará en su privatización.

En medio de esta situación insostenible, López-Amor se dedicó a dar titulares a los periódicos por asuntos menores que ponían de manifiesto su carácter combativo e irrespetuoso. De Radio Nacional dijo que olía naftalina. A lo que su director, Javier González Ferrari, le contestó que sólo olía a neutralidad. En otro momento, López-Amor comparó los telediarios de TVE con el prestigioso diario norteamericano *Herald Tribune*. Así trató de justificar el silencio de la cadena pública de televisión cuando se produjo la victoria de José Borrell en las primarias del Psoe. "Si ve usted las tres noticias con las que se abrió el Telediario 3 de ese día -declaró a un periodista-, se podrá comprobar que las dos primeras (Ruanda y la Duma soviética) coinciden con la primera página del Herald Tribune". La tercera fue la de las primarias.

El Gobierno de Aznar, consciente del desastre, se apresuró a relevar en el cargo a López-Amor. El portavoz del Gobierno, Josep Piqué, confirmó el 11 de noviembre de 1998 que el Ejecutivo esperaba la renuncia en los "próximos días" del director de RTVE, Fernando López-Amor, y su sustitución por Pío Cabanillas. Justificó el cambio por la decisión de "abrir una nueva etapa" con un director de perfil profesional, a la

búsqueda del "máximo acuerdo" con los partidos, en "un nuevo escenario competitivo" del sector audiovisual en España en la "perspectiva de la aplicación de la nueva tecnología digital". El antiguo inspector fiscal había permanecido 21 meses al frente de RTVE.

Para proceder a la sustitución, López-Amor tenía que manifestar su expresa renuncia al cargo, ya que el Gobierno no tenía argumentos legales para cesarle. López-Amor se encontraba de viaje en Costa Rica cuando se produjo el anuncio, que lejos de representar una sorpresa ponía de manifiesto el reflejo de lo que ocurría en el seno del Partido Popular, tras el debate librado entre el modelo televisivo de Álvarez Cascos y de Piqué. Este último tenía en mente trasvasar RTVE a la SEPI y así proceder a la reducción de la plantilla y a una posible privatización de una cadena.

En defensa de López-Amor salió el ya ex portavoz del Gobierno, Miguel Ángel Rodríguez, confirmando la radiografía del equipo que estaba en plena descomposición y que esbozábamos al principio de este capítulo.

Frente a una persona como López-Amor, extraída directamente de la política --era diputado y portavoz adjunto del PP en el Congreso cuando fue nombrado--, la opción de Pío Cabanillas, que se barajaba para sustituirle, era la de un profesional del sector de la televisión, que trabajó para el grupo News Corporation, de Rupert Murdoch, y posteriormente para el Grupo PRISA.

Cabanillas era hijo del que fuera ministro del aperturismo, en los últimos años del franquismo, y posteriormente de los Gobiernos de UCD. José María Aznar estaba decidido a dar un giro a su política de mano dura y para ello necesitaba relevar a personas que habían jugado un papel muy definido en esa estrategia de confrontación que exhibió en la primera mitad de su legislatura.

Poco antes había cesado como portavoz del Gobierno el propio Miguel Ángel Rodríguez<sup>[1]</sup>, cuya labor se caracterizó por sus enfrentamientos continuos con personajes del mundo de la comunicación como Antonio Asensio y cualquiera que pusiera en duda la bondad del proyecto popular.

Tanto su sustituto como portavoz, Josep Piqué, como su sucesor en la Secretaría de Estado para la Comunicación, Pedro Antonio Martín Marín, aportaban un talante más conciliador.

El segundo paso que dio Aznar en esta dirección fue marginar al vicepresidente primero de su Gobierno, Francisco Álvarez Cascos, quien había quedado fuera de la preparación del Congreso del PP, y había perdido peso en sus funciones dentro del Gobierno tras abandonar la secretaría general del partido.

La tercera pieza de este esquema era Fernando López-Amor, un hombre vinculado a Álvarez Cascos y enfrentado, él mismo, con la oposición y con los nacionalistas hasta extremos difíciles de asumir para el Gobierno.

Durante su gestión en RTVE, López-Amor jugó la baza del mantenimiento de unos altos niveles de audiencia. Pero esa política le llevó a presentar unos presupuestos para 1999 con unos gastos previstos de 266.000 millones de pesetas, frente a unos

ingresos de 84.000 millones. Tan terrible desproporción superaba ampliamente el presupuesto del Ministerio de Exteriores (127.910 millones) y el de Justicia (148.154 millones), y era sólo ligeramente inferior al de Agricultura (188.046 millones).

El déficit de RTVE sólo podía financiarse ya con nuevas operaciones de crédito, lo cual debía elevar la deuda acumulada por el ente público hasta los 765.000 millones de pesetas. Podríamos recordar aquí lo que decía el programa del Partido Popular antes de ganar las elecciones de 1996, tan sólo cambiando las siglas del partido responsable: "la irresponsable y sectaria dirección ejercida por el (Partido Popular) ha conducido a RTVE a una situación de extrema gravedad, tanto por el exorbitante nivel de endeudamiento como por una gestión caracterizada por el despilfarro y la beligerante orientación partidista".

## MAR

La figura de Miguel Angel Rodríguez, conocido por las siglas M.AR, dominó el escenario de la comunicación en España durante dos años de intensas peleas con los principales actores de los medios de comunicación. Su impronta se dejó sentir desde que Aznar accedió al poder, en marzo de 1996, hasta el verano de 1998, cuando dimitió como secretario de Estado de Comunicación en medio de críticas generalizadas.

Su poder estaba ligado a su relación personal con José María Aznar, que data de los tiempos en que el futuro presidente del Gobierno era inspector fiscal en Valladolid y Rodríguez aún destilaba ciertos aires de izquierda como periodista de *El Norte de Castilla*, donde comenzó a trabajar por las tardes mientras estudiaba COU. En el periódico hizo de todo, desde coordinar a los corresponsales hasta información local. Pero su oportunidad llegó cuando le asignaron la cobertura del candidato de Alianza Popular en las elecciones autonómicas de Castilla y León de 1987. Rodríguez tenía 23 años. No había logrado terminar sus estudios de Filología Hispánica. Su perfil progresista se debía a las buenas relaciones que mantenía con la sección sindical de UGT en el periódico.

Tras aquella campaña electoral y una vez que Aznar alcanzó la presidencia de Castilla-León, designó a Rodríguez como portavoz de la Junta. En aquella ocasión duró poco en el cargo. Aznar lo destituyó de inmediato como consecuencia de la denuncia que Rodríguez realizó contra el procurador del CDS y alcalde de Cuéllar, Rafael de las Heras, al que acusó de cobros indebidos de dietas. Aznar necesitaba por entonces los votos del CDS para poder gobernar y enseguida entregó la cabeza de su amigo para continuar.

Ya en aquella época se le atribuyó la elaboración de una lista negra con datos privados y políticos sobre periodistas de la región con destino al entonces nuevo vicepresidente de la Junta, Juan Carlos Aparicio, que sustituía en el cargo a Juan José Lucas<sup>[2]</sup>.

Rodríguez volvió al periódico. En esta ocasión le encargaron supervisar el proyecto por el que el periódico pretendía optar al concurso de emisoras de FM. El diario aspiraba a once emisoras y recibió sólo una en un pueblo de Zamora. La idea de sus responsables era montar una emisora en el patio del edificio de la rotativa dentro de una pirámide de cristal.

El futuro secretario de Estado de Comunicación debía tener claras ya sus afinidades políticas, porque desde el periódico se dedicó a criticar de forma exacerbada al entonces alcalde socialista de Valladolid, Tomás Rodríguez Bolaños, hasta que, con 26 años, se trasladó a Madrid como jefe de prensa de José María Aznar, el nuevo líder de la derecha española. En la madrileña calle Génova de Madrid, sede de Alianza Popular, trabajaba todavía el jefe de prensa de Manuel Fraga. Enrique Beotas era un tipo duro de pelar que después pasaría por diversos cargos hasta caer en el diario El Mundo como jefe de Relaciones Institucionales.

Rodríguez liquidó el gabinete anterior, que estaba compuesto por doce personas, sin mayores explicaciones, y centralizó en su persona las funciones de prensa que otros miembros relevantes del partido aspiraban a controlar. Entre estos se encontraban Javier Arenas, Rodrigo Rato, Alvarez Cascos e Isabel Tocino.

Su relación personal con Aznar proporcionó a Rodríguez una coraza que le protegió en el partido hasta que Aznar alcanzó la Moncloa. A partir de ese momento, su influencia y su desmesura a la hora de ejercer el poder como secretario de Estado de Comunicación y Portavoz del Gobierno fueron parejas. Acudía a los consejos de ministros sin la obligación de guardar secreto de sus deliberaciones, lo que incomodó a varios miembros del primer gabinete de Aznar. Pero sobre todo, quiso controlar todo lo que ocurría a su alrededor sin el respaldo de un equipo en el que pudiera delegar. Esta circunstancia le llevó a protagonizar una polémica tras otra.

Una de las más sonadas fue precisamente la que mantuvo durante la llamada guerra digital, que culminó en el denominado Pacto de Nochebuena entre Antonio Asensio, entonces presidente de Antena 3, y Jesús Polanco, de Prisa. Rodríguez fue acusado de maniobrar y presionar con todos los medios a su alcance para evitar el acuerdo. Asensio reveló que Rodríguez le había amenazado con la cárcel si pactaba con Polanco. El entonces presidente del Grupo Zeta y de Antena 3 TV tuvo incluso que acudir a la Comisión Constitucional del Congreso a explicar su enfrentamiento con Rodríguez, dada la envergadura del asunto.

La conversación telefónica en la que se vertieron estas amenazas se produjo el 24 de diciembre de 1996, y en el despacho de Asensio estaban además Miquel Roca, ex portavoz de Convergència i Unió en el Congreso de los Diputados, y Jordi Vilajoana, entonces director general de TV3. Los dos fueron de las amenazas que profirió el prepotente portavoz del Gobierno.

El enfrentamiento entre Rodríguez y Asensio no se limitó a esta conversación telefónica. Durante la comparecencia de Asensio en el Congreso, el empresario aportó varias cartas que acreditaban la actividad desarrollada por Rodríguez en contra de sus intereses como empresario de televisión.

La primera de esas cartas tenía como remitente a Javier Gimeno de Priede, entonces consejero delegado de Antena 3 TV, que informaba así de lo sucedido en otro momento con Rodríguez: “El pasado 26 de diciembre me encontraba trabajando en mi despacho y recibí una llamada de nuestro Director de Noticias, Pepe Oneto, quien me dijo que había sucedido un hecho muy grave. Le dije que subiera a verme, y se presentó en mi despacho con Jesús Hermida. Oneto me informó de que había mantenido una desagradable y dura conversación con el secretario de Estado Miguel Ángel Rodríguez. Según me informó Oneto, Rodríguez le amenazó con frases como las siguientes: "Asensio no sabe lo que ha hecho". "No voy a parar hasta que Asensio acabe en la cárcel". "Te avisaré un minuto antes de que esto suceda". Estos son los hechos tal y como sucedieron”.

En otra ocasión, tras las declaraciones de Miguel Ángel Rodríguez, en una entrevista con Iñaki Gabilondo en Tele 5, el director de Noticias de Antena 3 TV, José Oneto, dirigió otra carta a Asensio, en la que quería “que quedara meridianamente claro que el día 26 de diciembre, sobre las seis de la tarde, recibí una llamada telefónica de Miguel Ángel Rodríguez en la que me advirtió, para mi conocimiento, 'que estaba trabajando con un gánster y un mafioso'. Que no habías medido bien lo que habías hecho firmando con Polanco y que el acuerdo con PRISA 'te iba a costar muy caro'. 'Dile a tu jefe que terminará en la cárcel como Mario Conde, que vamos a ir a por él', e informarte también de que 'no le van a servir de nada sus guardaespaldas porque el Gobierno tiene muchos más”.

Oneto advirtió a Asensio de que no se trataba de una conversación privada y que, en cambio, parecía más bien un mensaje de Rodríguez dirigido a Asensio en forma de amenaza, ya que el empresario se encontraba fuera de España en ese momento.

“Como comprenderás --añadía Oneto-- ni te vas a quedar como mentiroso ni yo como falso testigo. Llevo muchos años en este oficio como para que se dude de lo que transmito y cómo lo transmito. Puedes hacer uso de estas notas cuando quieras, donde quieras y en el foro que quieras”.

Jesús Hermida, director de programas de Antena 3 TV y rostro muy conocido de la televisión de Asensio, también dejó constancia de las presiones ejercidas por Rodríguez al poner en conocimiento de Asensio lo siguiente: “En los días inmediatamente posteriores al 24 de diciembre del pasado año, mantuve varias conversaciones, tanto telefónicas como personales, con don Miguel Ángel Rodríguez. En algunas de ellas hizo alusiones inequívocas a las dificultades que ibas a tener, a que podrías acabar mal, figurando incluso la expresión 'ir a la cárcel' en dichas alusiones. De todo ello tuviste oportuno conocimiento entonces no sólo porque eras el destinatario concreto de las alusiones sino porque se me hicieron indicaciones de que todo ello llegara a tus oídos. Y por esa misma razón te dirijo ahora esta nota por si, dadas las circunstancias actuales, necesitaras un testimonio que corresponda a los hechos verdaderos tal como te los comuniqué en su día”.

El vicepresidente de Antena 3 TV, Manuel Campo Vidal, por su parte, hizo un relato detallado de sus experiencias con Rodríguez: “24 de diciembre de 1996. En tu despacho del Grupo Zeta, O'Donnell, 12, en Madrid, conversaste en distintos momentos de aquella mañana con el secretario de Estado de Comunicación, Miguel Ángel Rodríguez, que respondía a la llamada al presidente del Gobierno, José María Aznar, que en tu



nombre yo mismo cursé a través de gabinete. Quienes te acompañábamos en el despacho --Miquel Roca Junyent, Jordi Vilajoana, Lluís Oliva, Javier Gimeno, José Ramón Franco y yo mismo--, pudimos percibir, e incluso en algunos momentos escuchar a través del *speaker* de tu teléfono el tono y el delicado contenido de las conversaciones con Miguel Ángel Rodríguez. Recuerdo especialmente que cuando le dijiste que no aceptabas la oferta de 200 millones de dólares de Televisa. por los derechos de fútbol, que el propio Miguel Ángel Rodríguez había anunciado poco antes por teléfono, éste respondió: 'Si no quieres que te digan que has dado un pelotazo, te llamarán cosas peores. Atente a las consecuencias”’.

“26 de Diciembre de 1996. El director de Informativos de Antena 3 TV, José Oneto, se puso en contacto conmigo para informar a la presidencia de Antena 3 TV --dado que tú te encontrabas fuera de España-- que acababa de recibir una llamada de Miguel Ángel Rodríguez en tono amenazante. Oneto me transmitió las siguientes palabras atribuidas a Rodríguez: 'Como eres amigo, te llamaré para avisarte cinco minutos antes de que metamos en la cárcel al hijo de puta para el que trabajas”’.

“28 de diciembre de 1996. A petición mía celebré un encuentro con Pedro J. Ramírez, director de *El Mundo*, en el hotel Villamagna, a las 20.00 horas. Pedro J., sin perder la compostura y en tono correcto, me indicó que lo mejor sería que te llamara a California (Estados Unidos) y que volvieras para deshacer el pacto del 24 de diciembre. Al manifestarle nuestro desacuerdo con esa propuesta, Pedro J. me dijo: 'Entonces lo único que falta por saber aquí es si el Gobierno se atreverá a hacer de Antonio Asensio *su caso Rumasa o su caso Banesto*, procediendo a la intervención”’.

El tono que empleó Rodríguez en todos esos encuentros y conversaciones transmitidos a Asensio por sus colaboradores más directos revelaba el carácter agresivo de Rodríguez. Un carácter parecido al de un doberman enfadado y a punto de morderle la yugular a un niño. En este ambiente fue en el que se desarrollaron las negociaciones entre Asensio y Polanco en torno a los derechos del fútbol que resultaban capitales para sacar adelante la plataforma digital de Prisa, tal y como veremos en el capítulo siguiente.

Otro de los focos de tensión que mantuvo encendido Rodríguez mientras se mantuvo en Moncloa fue el de los socios nacionalistas del Gobierno de Aznar. La falta de una mayoría absoluta durante la primera legislatura obligó al presidente del Gobierno a pactar con los nacionalistas vascos y catalanes, y Rodríguez, al parecer, no lo aguantó.

En numerosas ocasiones se dedicó a hacer comentarios en público sobre las cuitas de Pujol y sus compañeros de partido. En noviembre de 1996, por ejemplo, Rodríguez descalificó la propuesta de CiU y PNV de crear selecciones deportivas nacionales diciendo que eran “sandeces” y que “acabarían jugando a las canicas”.

El portavoz también trató de extender su peculiar sentido del humor a la esfera política, sin conseguir, en muchas ocasiones, hacer la más mínima gracia. Un ejemplo en esta dirección es la espantada que dieron todas las mujeres en el Congreso, excepto las del PP, cuando Rodríguez, celebró la mayoría de edad de la Constitución (diciembre de 1996) diciendo que “si (la Carta Magna) fuera mujer se vestiría de largo; si fuera hombre, iría a votar”.

Otra de sus frases de sus puñeteras frases provocó la ira de los socialistas, cuando el recién elegido secretario general socialista, Joaquín Almunia, se entrevistó con el presidente del Gobierno en Moncloa, y antes de que concluyese, Rodríguez difundió durante el encuentro que el portavoz del Psoe acudía a La Moncloa para encontrar la foto que reforzara su liderazgo.

Pues bien, este carácter indómito, descortés e inadecuado molestó incluso a los miembros del PP, que tampoco dudaron en golpear su figura en cuanto tuvieron ocasión. Esto ocasionó un stress interno a Rodríguez que le obligó a dimitir en julio de 1998.

Las claves de esta dimisión hay que buscarlas en la necesidad que tenía Aznar de alejar tanta polémica de la Moncloa, vendiendo los éxitos de su Gobierno y adoptando decisiones más pragmáticas que viscerales. Por ello, Aznar necesitaba que fuera el partido el que cargara con el peso del enfrentamiento con el Psoe, para lo cual tenía en mente a un portavoz del Gobierno como Josep Piqué, más moderado que Rodríguez, y poner en marcha un mecanismo en la calle Génova que desviara parte de las tensiones que hasta entonces se había cebado en el entorno de la Presidencia del Gobierno.

En este sentido, Piqué podía aplacar también a los nacionalistas catalanes, que con Rodríguez vivieron una verdadera pesadilla, no tanto por afinidad sino porque había mostrado cierta solidez al atacar los planteamientos económicos de la Generalitat desde foros respetables como el Círculo de Economía de Cataluña, del que había sido presidente antes de su incorporación al Gobierno.

La estrategia empezó a perfilarse cuando la propia la propia Secretaría de Estado para la Comunicación que dirigía Rodríguez perdió a su segundo de a bordo, Francisco García Diego, que pasó a dirigir el gabinete de prensa y comunicación del PP.

Tales cambios hubieran parecido los típicos de una simple revolución veraniega si no fuera por que en realidad preparaban el aluvión previsto para el Congreso del PP que se debía celebrar a principios de 1999.

En la salida de Rodríguez de la Moncloa jugó un papel importante Ana Botella, que había sido su valedora y confidente hasta entonces. Y lo jugó porque comprendió que el todavía portavoz había empezado a sufrir los envites del propio Partido Popular.

Su impresión era que Rodríguez siempre había dedicado muchos esfuerzos a batallar contra el Psoe cuando estaba justificado y también cuando no venía a cuento. Sus eslóganes electorales y parlamentarios calaron en algunas ocasiones, como el famoso “¡váyase, señor González!”.

Sus amigos aseguraban que Rodríguez se quejaba amargamente de que en los meses anteriores a su dimisión estuvo sometido a muchas presiones, recibiendo golpes por todos los lados, desde el Gobierno, desde el partido y desde los socios nacionalistas; de no tener vida familiar y de no ver a sus hijos.

Esos amigos también revelaron la preocupación de Rodríguez por su futuro profesional. Se quejaba de ganar mucho menos que cuando dirigía la Oficina de Comunicación del

PP. También decía que ganaba menos que muchos de los amigos a los que había colocado en distintos medios de comunicación. Estaba claro que el hombre necesitaba un cambio de aires que le permitiera aprovechar el poder y la influencia que sin duda aún tenía por su cercanía a Aznar.

La tensión hizo mella en su salud. Le empezó a doler la espalda y cojeaba. Durante una gira del presidente por Oriente Próximo que le llevó de Egipto a Israel y después a Gaza, Rodríguez le dijo a un grupo de periodistas que no estaba para más trotes. De hecho, quería suprimir los encuentros que mantenía los lunes con los informadores acreditados en La Moncloa. Parecía como si ya estuviese diciendo adiós.

Los cambios que preparaba Aznar, por otra parte, tenían en Francisco Alvarez Cascos al hombre que iba a ocupar parte de las funciones de Rodríguez en los delicados momentos que estaban por llegar en torno a la guerra de las plataformas digitales.

Precisamente, la guerra digital y aquel agrio enfrentamiento con Asensio fueron la tumba de MAR, que pactó su dimisión con Aznar en Nueva York para anunciarla el 10 de julio en La Moncloa. A MAR se le entrocortó la voz. Se emocionó. Agradeció a Aznar su amistad, tras una relación que ya duraba once años, y salió de la sala con los ojos húmedos camino de una vida mejor, mucho mejor

### **Los pelotazos de Miguel Angel Rodríguez**

Lo primero que llamó la atención tras la dimisión de Miguel Angel Rodríguez, en medio de las críticas de propios y extraños fue que el nuevo portavoz del Gobierno y ministro de Industria, Josep Piqué, anunciara la decisión del Consejo de Ministros de conceder a su predecesor en el cargo, MAR, la Gran Cruz de Isabel la Católica por los servicios prestados “con esfuerzo y máxima lealtad”. Así es que el ya ex portavoz no debiera haberse quejado de falta de atención y cariño por parte de sus compañeros.

Así es que Rodríguez se dedicó a descansar un tiempo, hasta que cuatro meses después reapareció como presidente de Carat, la segunda central de compra de espacios publicitarios en medios de comunicación del mercado español. Propiedad de una multinacional británica, Carat se había distinguido anteriormente por acoger también al ex secretario de Estado de Presidencia con los socialistas, Julio Feo. Rodríguez sustituyó al entonces presidente de Carat, Francisco González Hidalgo, que era además uno de los accionistas de la empresa.

Carat se encontraba en pleno proceso de expansión en España, Portugal y América Latina, en cuyos mercados más importantes --México, Brasil, Argentina-- desea entrar esta multinacional. Carat España facturaba en aquel momento en torno a los 80.000 millones de pesetas. El año anterior había vendido por valor de 73.000 millones. Su competidor más directo era Media Planning, la mayor central de compra de medios del mercado español. Carat había iniciado su acceso a los mercados de Estados Unidos y Asia, y en Europa se consideraba a Carat como la central de compra de medios más importante.

El Psoe puso en duda que Rodríguez pudiera presidir una empresa de estas características cuatro meses después de salir de La Moncloa sin incurrir en ninguna

incompatibilidad. Pero el vendaval pasó y Rodríguez comenzó a rentabilizar sus relaciones en el Partido Popular.

Carat comenzó así a recibir encargos de entidades públicas dirigidas por el PP en toda España. Entre esos encargos estaba, por ejemplo, la campaña de publicidad de la empresa Acusur en marzo de 2000. Esta empresa de la Confederación Hidrográfica del Sur promocionaba el Proyecto Guadalmedina, que consistía en el cubrimiento y urbanización del río a su paso por la ciudad de Málaga.

La oposición calificó la campaña de “propaganda descarada”, aunque la alcaldesa Celia Villalobos reiteró que el Ayuntamiento no había puesto “ni un duro”. Acusur tampoco ofreció datos sobre el coste de la campaña, que suponía el desembolso aproximado de un millón de pesetas en cada una de las emisoras de radio locales y una importante presencia en la prensa. Miguel Ángel Rodríguez distribuyó los anuncios a través de la compañía valenciana Factoría de Medios.

A pesar de lo que decía Celia Villalobos, en los anuncios impresos de la campaña se usaba el logotipo del Ayuntamiento. Incluso tuvo que pronunciarse la Junta Electoral de Málaga, que rechazó un recurso presentado por el Psoe contra esta publicidad, al considerarla “partidista” y “electoralista”. Por el contrario, la Junta Electoral entendió que se trataba de un mensaje institucional y no partidista de “una entidad privada juntamente con el Ayuntamiento, que difunde la imagen del municipio malagueño con fines de promoción turística”.

Acusur (Aguas de la Cuenca del Sur S.A.) se creó en agosto de 1998, dentro de la filosofía del Partido Popular de cambiar la gestión de los organismos públicos para agilizar su funcionamiento. Su objeto social era la contratación, construcción y explotación de obras hidráulicas y actividades del ciclo hídrico. Curiosamente, entre sus fines no figuraba la promoción publicitaria de sus anteproyectos. El presidente de su consejo de administración era el mismo que el de la Confederación Hidrográfica, José Antonio Villegas. En él también se sentaban varios antiguos diputados del PP en el Parlamento de Andalucía, entre ellos Juan Luis Muriel, secretario general de Medio Ambiente en el Gobierno central.

Miguel Ángel Rodríguez puso en marcha además la productora Splendens, que fue contratada por Televisión Española para la realización de un concurso de lunes a viernes en La 2, a partir del mes de octubre. Splendens se creó en octubre de 1998, muy poco tiempo después de que MAR abandonara La Moncloa. Primero realizó un programa para Antena 3. Fue en septiembre de 2000 cuando la televisión pública aprobó el programa *Enrédate*, que la empresa de Rodríguez realizó con la participación de Zeppelin, una productora asociada a Endemol, propiedad de Telefónica, que también era la responsable del polémico programa *Gran Hermano*.

El programa de Rodríguez era un concurso sobre la red que tenía como objetivo introducir al espectador en el mundo de Internet. La cadena resaltó en un comunicado que iba a ganar dinero con el programa, ya que entre sus patrocinadores figuraban empresas potentes en cuanto a inversión publicitaria. El programa tuvo una audiencia discreta.

Esta incursión en el mundo televisivo no fue la única. En realidad, MAR quiso aprovechar las relaciones que mantuvo durante su etapa como portavoz del Gobierno con representantes de grupos importantes como el mexicano Televisa. Hay que recordar que entre las famosas amenazas de Rodríguez a Antonio Asensio se encontraba la de que si no vendía los derechos del fútbol al Grupo Televisa lo iba a pasar mal. Pues bien, pasado el tiempo, en el año 2000, el nombre de Rodríguez aparecía junto al de Guillermo Cañedo White en la empresa Contenidos Digitales del Mediterráneo, S.L.

Guillermo Cañedo era uno de los llamados junior del Grupo Televisa que tomaron el poder tras la muerte de Emilio Azcárraga. El patrón que comandó el imperio mexicano de la comunicación durante años.

Los juniors eran los descendientes de los nombres históricos que sentaron las bases de lo que luego se convirtió en el emporio Televisa: Emilio Azcárraga Jean, hijo de Emilio Azcárraga Milmo -apodado *El Tigre*- y nieto del fundador Emilio Azcárraga Vidarrueta; Guillermo Cañedo White, hijo del también fallecido Guillermo Cañedo, brazo derecho de El Tigre; y Miguel Alemán Magnani, hijo del senador priísta del mismo nombre y nieto del ex presidente Miguel Alemán.

Tras la renuncia de *El Tigre* a la presidencia de Televisa, los juniors se convirtieron en el nuevo clan administrador del poder. El propio Guillermo Cañedo White anunció en marzo de 1997 que la empresa abandonaba la dirección unipersonal que caracterizó la etapa de Emilio Azcárraga Milmo y que, desde entonces, se regiría por un comité colegiado. Guillermo Cañedo, a sus 37 años, estaba considerado entonces como el auténtico cerebro financiero de la empresa. De hecho, fue analista financiero antes de continuar la senda de su padre. Rodríguez fue recogiendo así los favores que probablemente hizo durante su etapa como secretario de Estado de Comunicación.

Rodríguez compaginaba sus ocupaciones con habilidad. En 2001, Carat se hizo con los derechos de organización del centenario del Real Madrid por 2.000 millones de pesetas, y para celebrarlo, a MAR no se le ocurrió otra cosa que contratar al ex presidente norteamericano Bill Clinton, con el fin de que conociera “la otra Casa Blanca”.

La empresa de Rodríguez mantuvo varios contactos con los representantes de Bill Clinton. El ex presidente pedía 80 millones de pesetas por asistir a los fastos del Real Madrid. Finalmente, la cosa no cuajó. Rodríguez negoció también con Enrique Franco para que el maillot de la Vuelta Ciclista a España fuera blanco en vez de amarillo en su edición del 2002.

Carat presentó los actos previstos para celebrar el centenario del Real Madrid un gélido día de noviembre de 2001. Su previsión era obtener unos beneficios de 10.000 millones de pesetas. Tal vez por ello, aquel día Miguel Rodríguez acabó llorando tras escuchar el Himno del Centenario, compuesto por José María Cano e interpretado por Plácido Domingo. Rodríguez escuchó la grabación de espaldas al palco, con la mirada perdida en el césped del Bernabéu hasta que se le saltaron las lágrimas.

Sus incursiones, en cualquier caso, eran de lo más variopintas. En abril de 2001, el diputado del Psoe Victorino Mayoral anunció que su partido investigaría las adjudicaciones de la Dirección General de Tráfico a la empresa Carat España, a la que el año anterior, tal y como admitió el Gobierno, ya se le había adjudicado la campaña publicitaria de Navidad para prevenir accidentes de Tráfico.

La relación de Rodríguez con TVE tampoco se debilitó en este tiempo y a pesar de sus diversos intereses. En abril de 2002 Televisión Española ultimaba el arranque de un nuevo concurso para las tardes de La Primera producido por la empresa de Rodríguez. El nuevo proyecto de Rodríguez tenía como punto de partida el concurso de la cadena pública británica BBC *The weakest link (El eslabón más débil)*. Fuentes de RTVE aseguran que no se trata de una adaptación del formato británico, sino que la versión española incorpora 'significativas modificaciones'.

El veterano espacio de la BBC combinaba casi a partes iguales el éxito y la polémica, ya que estaba configurado como un clásico concurso de preguntas y respuestas en el que el fallo del rival otorgaba al ganador la oportunidad de increpar a su contrincante y dedicarle insultos. El formato había sido adaptado por la televisión estadounidense NBC y por la francesa TF-1, entre otras.

Su afición al fútbol le llevó a ejercer como tertuliano del programa El Tirachinas, de la Cope, y a intentar salvar al Real Valladolid de una desaparición casi segura. Esta aventura comenzó cuando el también periodista del Ser, Ignacio Lewin, a la sazón presidente del Valladolid SAD, le tentó para un proyecto muy ambicioso que quería convertir al Valladolid en un referente deportivo y empresarial del fútbol español.

Tan dispuesto estuvo MAR a colaborar que incluso recomendó a Lewin que fichara como vicepresidente, junto a él mismo, a Rafael Cortés Elvira, que había sido secretario de Estado para el Deporte con el Gobierno socialista desde 1993 a 1996.

Rodríguez quería ayudar al club con sus conocimientos de marketing y merchandising. Pero la aventura duró poco. En abril de 2001 el trio formado por Lewin, Rodríguez y Cortés Elvira dimitían de sus cargos en el Valladolid dejando al club en una situación de verdadero caos tras solicitar un crédito de 2.000 millones de pesetas que nunca llegaba.

No se sabe si fue esta decepción o una simple morriña la que impulsó a Rodríguez a vioncularse de nuevo al mundo de la política que abandonó apenas cuatro años antes. Pero el caso es que Esperanza Aguirre, candidata del Partido Popular a la Comunidad de Madrid, echó mano de él para preparar la campaña que la llevó a la presidencia de la Comunidad de Madrid. Muchos vieron en esta actuación la creación de un equipo en la sombra comandado por MAR. Sin embargo, el ex portavoz seguía a lo suyo, y en febrero de 2003 obtenía para Carat la campaña de publicidad sobre pensiones de la Seguridad Social. La campaña causó un gran revuelo porque nadie se explicaba la urgencia de su contratación. El secretario de Estado de la Seguridad Social, Gerardo Camps, justificó la elección de este procedimiento por la "urgente necesidad" de informar a los pensionistas de que iban a percibir, "antes que nunca", una paga extra por

el desvío de la inflación real y de que las pensiones mínimas y de viudedad iban a incrementarse. Lo sorprendente es que todo se produjo en un pis pas. El 15 de diciembre se conoció el desvío efectivo de inflación y el 15 de enero era la fecha de pago de las pensiones. Camps aseguró que con este estrecho margen de tiempo, durante el cual tenía que ponerse en marcha la campaña, fue “inviabile” adjudicar la campaña de otro modo que no fuera a dedo.

El asunto trajo cola, porque a continuación todos se preguntaron cuántos contratos había firmado Rodríguez con la Administración del PP en los últimos años. Rodríguez aseguró que el de las pensiones había sido el único. Sin embargo, la propia Administración, en respuesta a una pregunta de Izquierda Unida, le desmintió.

La Administración del Estado había adjudicado entre 1999 y 2003 hasta seis contratos a la empresa Carat España S.A. por un importe total de más de 26 millones de euros.

En enero de 2003, por ejemplo, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que dirigía Eduardo Zaplana, adjudicó a la empresa Carat un contrato para que diseñara, produjera y ejecutara una campaña publicitaria sobre la revalorización de las pensiones, en la que debía anunciar que el Gobierno iba a pagar a los pensionistas una paga para compensar la subida del Índice de Precios del Consumo.

Ese contrato, tal y como publicó la prensa del momento, fue adjudicado sin dar a conocer previamente el concurso, cosa que la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas permitía sólo en determinadas circunstancias<sup>[3]</sup>.

Rodríguez, fiel a su carácter peleón, escribió a distintos medios de comunicación para aclarar el asunto. Entre otras cosas, afirmaba que “Carat se presentó a un concurso y lo ganó” y que era “el primer concurso que la Administración central nos otorga, a pesar de que nos hemos presentado a todos los publicados en los últimos tres años”.

Como siempre, se quejó: “La mayor empresa del sector en España nunca fue contratada por la Administración, en un trato claramente discriminatorio”. Unos días después, la Fiscalía Anticorrupción acordaba investigar la adjudicación de la campaña sobre las pensiones, al observar que Rodríguez insistía en asegurar que se trataba de la única campaña que Carat había conseguido del Estado en cuatro años de Gobierno del PP.

El propio Gobierno proporcionó la información que MAR se negaba a facilitar sobre los contratos firmados por Carat con la Administración: un concurso público organizado por el Ministerio de Fomento, en diciembre de 2002, por importe de 3.900.000 euros, para campañas publicitarias del Ente Público Empresarial Gestor de Infraestructuras Ferroviarias; el contrato de las pensiones con el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, en enero de 2002, por importe de 7.211.314,00 euros; la campaña de publicidad de Navidad del Ministerio del Interior, en diciembre de 2000, mediante subasta, por un importe de 286.241.071 pesetas. Ese mismo año, Interior adjudicó por concurso a Carat un contrato de 2.200 millones de pesetas para una campaña sobre Seguridad Vial.

Por fin, Televisión Española, en enero de 2002, contrataba también a Carat para organizar un torneo de baloncesto por un importe de 6.010 euros. En mayo de ese año,

la empresa de Rodríguez contrató con TVE para grabar el concierto de Operación Triunfo en el estadio Santiago Bernabéu. A cambio de 450.759 euros.

A pesar de todo, Miguel Angel Rodríguez ha tenido tiempo suficiente como para escribir novelas y realizar vídeos como el polémico sobre el 11 de Marzo, que se emitió en Telemadrid, con gran escándalo para todos menos para el PP. Rodríguez realizó este encargo para la Faes, el búnquer ideológico de José María Aznar, que tampoco tuvo inconveniente en presentar la cuarta novela de Rodríguez –*La trama Gladio*—en un ambiente de nostalgia por el poder ejercido y perdido que al cabo de los años ha logrado reunir de nuevo a esta pareja que empezó su gran aventura en Valladolid.

---

[1] Miguel Angel Rodríguez fue cesado el 10 de julio de 1998.

[2] *El Mundo*, 23 de febrero de 1997. Rodríguez siempre negó esta acusación. La investigación oficial tampoco demostró que fuera el autor de aquel dossier. Sin embargo, uno de los periodistas incluido en la lista aseguró al diario *El Mundo* que algunos de los datos que se incluían en su reseña sólo eran conocidos por Rodríguez.

[3] Estas circunstancias son las siguientes: si la Administración no llega a adjudicar el concurso a ninguno de los aspirantes; cuando hay razones técnicas o artísticas que obligan a proteger los derechos exclusivos de una empresa, o cuando, por acontecimientos imprevisibles, hay una “imperiosa urgencia” de adjudicar el contrato.

## BIBLIOGRAFÍA

Abella, Rafael. *Por el imperio hacia dios*. Planeta. Barcelona, 1978.

Albert, Pierre. *Historia de la radio y la televisión*. Fondo de Cultura Económica. México, 1987.

Alonso Ibarrola. *La televisión española de la dictadura a la democracia*.

Bustamante, E. y Villafañe, J. *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*. Siglo XXI. Madrid, 1986.

Díaz, Lorenzo. *La televisión en España 1949-1995*. Alianza Editorial. Madrid, 1994.

Esparza, J.J. *Informe sobre la televisión: El invento del Maligno*. Criterio libros. Madrid, 2001.

Macía, Pedro. *Televisión hora cero*. Erisa. Madrid, 1981.

Pérez Ornia, J. R. “Peculiaridades de una televisión gubernamental: 1. El modelo. 2. La implantación”, en *Historia de los medios de comunicación en España*, de Jesús Timoteo Alvarez. Ariel. Barcelona.



Rico, Lolo. *TV, fábrica de mentiras*. Espasa Hoy, 1992.

Tijeras, Ramón. *Las guerras del Pirulí*. Debate. Barcelona, 2005.