

García Añoveros acusó a Garzón de montar una trama contra Liaño, según el profesor Neira

Así consta en la declaración realizada por este testigo ante el Supremo

EL MUNDO

MADRID.— El denominado *caso Garzón-Liaño*, que está siendo investigado por el Supremo a raíz de las acusaciones del primero sobre una supuesta conspiración contra Jesús Polanco, presidente de Sogecable, puede dar un giro tras la declaración de uno de los testigos, el profesor Jesús Neira.

El profesor Neira declaró ante el Supremo que Jaime García Añoveros, ex ministro de UCD y actual consejero de Sogecable, acusó al juez Garzón, en una conversación en la que él estaba presente, de haber montado una trama contra Javier Gómez de Liaño, instructor del *caso Sogecable*.

Esa conversación, siempre según la declaración de Neira, se produjo el pasado 28 de marzo en un hotel. En la misma, además de Neira y García Añoveros, también estaba presente el magistrado Joaquín Navarro, también inculcado en esta causa.

«LA OPERACION.— Esta es la declaración textual del profesor Neira sobre el contenido de esa conversación: «En ese momento me llamaron por teléfono y me aparté para no molestarles [se refiere a García Añoveros y Joaquín Navarro] y cuando volvía el señor Navarro me hacía gestos ostensibles para que me diese prisa. Cuando me senté, me dijo: "Jesús, quiero que oigas esto, que quiero que repita Jaime García Añoveros". Y lo que dijo es que había tratado de retirar los testificales, pero había otra, una operación del señor Garzón».

—Pregunta: «¿Del señor Garzón?»



Baltasar Garzón, antes de declarar en el Supremo por el «caso Sogecable».

—Respuesta: «Del señor Garzón. Esto es lo que dice [refiriéndose a García Añoveros]. Pero no se refiere concretamente ni a testigos ni a preguntas, no. Lo que dice en definitiva es que él se encuentra con el hecho de que quiera retirarse...»

—Pregunta: «¿Con qué se

encuentra? Es que no capto yo...»

—Respuesta: «Se encuentra con que el pretende retirarlo [las pruebas testificales]... Salí del hotel y fui a cenar con Baltasar Garzón. Le conté lo que acababa de decir Jaime García Añoveros en mi presencia. El [por Garzón]

me contestó que eso era absolutamente falso, verdaderamente repugnante... Creo recordar que dijo algo así como que había sido él [por García Añoveros] el que había propuesto estas cosas...».

—Pregunta: «Quiere esto decir que le echaba la culpa de alguna manera de esa situación al señor García Añoveros?»

—Respuesta: «Sí...»

—Pregunta: «Resumiendo, el señor Jaime García Añoveros, delante de usted confirmó que no había podido conseguir de los abogados que retrasasen la prueba testifical porque había una operación superior del juez, el magistrado Baltasar Garzón, ¿correcto?»

Respuesta: «Ya lo dije antes».

CONTRA LIAÑO.— En otro momento de la declaración, el profesor Neira es interrogado por el abogado Antonio García Trevijano, también inculcado en la causa, por otra reunión en la que además de él estaban Garzón, Navarro, Lorenzo Contreras y dos periodistas e *El País*, entre otros.

Le preguntó si era cierto que tanto Garzón como Añoveros dijeron que Gómez de Liaño estaban prevaricando en el *caso Sogecable*. Neira contestó que no, pero dice que en esa reunión «se palpaba una posición crítica contra Javier Gómez de Liaño».

Por otra parte, el juez de la Audiencia Nacional, Ismael Moreno, ha decidido suspender la resolución de la recusación contra Gómez de Liaño, presentada por Juan Luis Cebrián, hasta tener la declaración de Garzón ante el Supremo.

AUDIOVISUAL

Las TV incumplen la prohibición de anunciar alcohol, según Fomento

● La asociación de autocontrol considera ilícita la publicidad indirecta de bebidas de más de 20 grados en televisión

MADRID.— Todas las televisiones nacionales han vulnerado la prohibición de emitir anuncios de bebidas alcohólicas, de acuerdo con los datos aportados por el Ministerio de Fomento al diputado del Grupo Mixto Manuel Alcaraz. El informe se conoció ayer, el mismo día en que la Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP) hizo público el pedido a las marcas Bacardí, Larios y Johnnie Walker de que retiren su publicidad de la TV.

El ministro de Rafael Arias Salgado estudia la imposición de sanciones a TVE, Antena 3, Tele 5 y Canal Plus por la emisión de anuncios de bebidas alcohólicas de más de 20 grados, informa Efe. De acuerdo con el informe proporcionado al diputado, el ministerio ha abierto expedientes sancionadores a las cadenas por infracciones cometidas durante los seis primeros meses del año.

En relación con los 12 minutos de publicidad permitidos legalmente por cada hora de emisión, Fomento afirma que su vulneración se ha incrementado «notablemente desde enero». También se asegura que todas las televisiones han incumplido las normas de identificación y colocación de la publicidad, si bien se reconoce que las cadenas se encuentran en un «período de adaptación» a los criterios de interpretación de la normativa.

En cuanto a los anuncios de bebidas, su prohibición es una vieja reivindicación de las asociaciones de consumidores, que han acusado a varias marcas de publicidad engañosa y han pedido la intervención de la asociación creada por el sector publicitario para autorregularse.

En un fallo dado a conocer ayer, el jurado de la AAP acordó que se retiren los anuncios de marca de Larios. Para los expertos, los consumidores asocian esa campaña «con el producto de Larios que les resulta más conocido, esto es, la ginobra». También destacan que en otros elementos de la campaña se incluye un vaso con cubitos de hielo, por ejemplo, que deja poco lugar a dudas sobre el producto que se pretende vender.

En la misma línea, solicitaron que se retiren los anuncios de Bacardí de la televisión. Para la AAP, la publicidad corporativa y la de producto directo se debe someter a los mismos límites legales. Así, deducen que, al coincidir la marca anunciada con la de la bebida alcohólica, «hace pensar a los consumidores que es esta bebida la que realmente se está promocionando».

Lo mismo ocurrió con un anuncio de Johnnie Walker que patrocinaba un programa de televisión. La AAP entiende que para los patrocinadores rigen los mismos límites que para la publicidad directa.

■ Los sindicatos de RTVE

□ recogen firmas de apoyo a un manifiesto en defensa del modelo público de radio y televisión que ha sido elaborado por los trabajadores. Según explicaron, ya cuentan con 200 firmas de personalidades del mundo del arte, la cultura y el espectáculo.

El presidente del diario californiano se hace cargo de su remodelación

Cisma en el poder de «Los Angeles Times»

JULIO A. PARRADO
ESPECIAL PARA EL MUNDO

NEW YORK.— *Los Angeles Times* sufre una gran sacudida. El cuarto diario de tirada en Estados Unidos, y uno de los más influyentes del país, se enfrenta a los agresivos planes de remodelación de su nuevo editor, Mark Willes. El presidente del megagrupo de comunicación Times-Mirror —propietario del diario— ha bajado desde sus despachos para hacerse cargo de la remodelación del diario californiano.

El nombramiento de Willes, conocido como el «asesino de los cereales» por su pasado en una empresa harinera, está causando un gran malestar en el seno del diario. Los planes de Willes, dispuesto a cualquier cosa por atraer nuevamente al diario a los lectores, han provocado ya las primeras

dimisiones. Shelby Coffey, editor del diario en los pasados ocho años, ha dejado su puesto espantado por el estilo de Willes, que compara un periódico con la carne de la hamburguesa.

Sin embargo, entre otro sector del periódico, los proyectos de Willes han levantado el entusiasmo. A diferencia de otros editores, Willes no ha apostado por la diversificación del periódico hacia otros negocios. Muy por el contrario, se ha deshecho de otras divisiones del grupo. Según Willes, lo que pretende es «continuar con la línea del grupo Time-Mirror», editor de la revista *Time* y del diario *The Washington Post*.

Su ambicioso objetivo radica en aumentar en un 50% el número de lectores para que estos lleguen al millón y medio.

A *Los Angeles Times* le falta la cuota fuerte de mercado con la

que cuentan otros periódicos de grandes áreas urbanas.

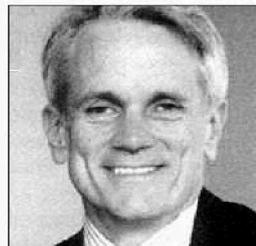
Por ello, uno de los pilares del crecimiento va a ser un lanzamiento de la sección en español. Willes quiere que ésta cobre carta de independencia para capturar el mercado latino de Los Angeles, la ciudad con mayor presencia hispana de EEUU.

La entrada de Willes también ha provocado la jubilación anticipada de su veterano editor, Richard Schlosberg III. Este último apenas había conseguido remontar la difusión del rotativo pese a que emprendió algunos intentos desesperados como el del pasado mes de junio, cuando se redujo el precio de cada ejemplar de 50 a 25 centavos de dólar.

Cuando se tomó esa medida, la circulación del diario había tocado fondo con la venta de 1,21 millones de ejemplares diarios.



Mark Willes.



Shelby Coffey.