

## *El modelo multimedia del Partido Popular*

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**

*Pedro Antonio Martín Marín, con un largo historial a sus espaldas, siempre relacionado con medios de comunicación, fue el encargado por Aznar de reorganizar el multimedia del PP que Juan Villalonga trató de montar desde Telefónica a golpe de talón. Bajo su influencia transcurrieron las actuaciones de Pio Cabanillas, Javier González Ferrari y José Antonio Sánchez al frente de RTVE. Un periodo que se caracterizó por la irrupción del Grupo Planeta en el mercado audiovisual como pilar del PP para el control de los medios de comunicación.*

### **ABSTRACT**

*Pedro Antonio Martin Marín, with a historic length to his backs, always related to mass media, was the manager for Aznar of reorganizing the multimedia of the PP that Juan Villalonga tried to mount from Telefonica to blow of heel. Under his influence there passed the actions of Pio Cabanillas, Javier Gonzalez Ferrari and Jose Antonio Sanchez at the head of RTVE. A period that characterized for the irruption of the Group Planet on the audio-visual market as prop of the PP for the control of the mass media.*

---

El cese de Miguel Angel Rodríguez como secretario de Estado de Comunicación y Portavoz del Gobierno trajo consigo una remodelación que iba a marcar el rumbo de los próximos acontecimientos en el área de comunicación del PP.

Corría el verano de 1998 y Aznar decidió dividir en dos el cargo que venía ejerciendo Rodríguez, como en los tiempos del Psoe. Convirtió a Josep Piqué en el nuevo Portavoz del Gobierno y colocó a Pedro Antonio Martín Marín al frente de la Secretaría de Estado de Comunicación.

Pedro Antonio Martín Marín tenía entonces 49 años. Era licenciado en derecho y *máster* en dirección y asesoría de empresas por el ICADE. Había sido elegido diputado en el número 11 de la lista del PP por Madrid y su condición de hombre de confianza de Aznar le convertían en una persona idónea para serenar las aguas digitales.

Los años siguientes no se entenderían sin la figura de Martín Marín, que después de negarse a suceder a Mónica Ridruejo al frente de RTVE, recorrió prácticamente todos los cargos de representación del Gobierno en las empresas privatizadas que tenían algo que ver con el sector de las telecomunicaciones.

Para llevar a cabo esta remodelación, con la consiguiente marginación de Alvarez Cascos, Aznar eligió a personas de su absoluta confianza y con talante más abierto y dialogante.

Pedro Antonio Martín Marín ejercía hasta entonces, julio de 1998, como secretario de Estado de Deportes. Desde este puesto llegó a intimar con Aznar gracias a las numerosas recepciones que éste dispensó a personas y grupos relacionados con el mundo del deporte, aunque su verdadera especialidad eran los medios audiovisuales. Formado en la Cope, de la que fue secretario general entre 1983 y 1990, Pedro Antonio Martín Marín llegó con el encargo de marcar distancias respecto de Miguel Angel Rodríguez y su estilo de enfrentamientos frontales tanto con editores como con políticos nacionalistas y de la oposición en general.

Los nombramientos que realizó Martín Marín desde su llegada respondieron a este deseo de lograr un cierto consenso entre los poderes relacionados con el mundo audiovisual. Evidentemente, ya se encontraba en el horizonte del Gobierno proceder a la fusión de las plataformas digitales, y para ello nada mejor que contar con elementos que pudieran allanar el terreno de una negociación necesaria, más que deseada.

El nombramiento de Pio Cabanillas como nuevo director general de RTVE, en sustitución de Fernando López-Amor, en noviembre de 1998, respondió a esta nueva estrategia de comunicación del PP.

Pío Cabanillas Alonso, 40 años, hijo del que fuera ministro de Información y Turismo durante los últimos meses del franquismo<sup>[1]</sup>, pasaba por ser uno de *los boys scouts* de Polanco en Sogecable.

Licenciado en Derecho en Madrid, Cabanillas venía de realizar un master en Derecho Internacional en Medford (Estados Unidos) y de participar en varias investigaciones sobre materias audiovisuales para el Consejo de Europa antes de trabajar como abogado en la división de medios de comunicación de la Dirección General de la Competencia de las Comunidades Europeas, entre 1986 y 1989. En noviembre de 1989 se marchó a Nueva York, donde se incorporó como abogado general adjunto a The News Corporation Ltd., el grupo de comunicación controlado por Rupert Murdoch. Dos años más tarde regresó a España y se incorporó al Grupo Prisa, como director de

organización y desarrollo de la división de televisión y cine. En mayo de 1993 fue nombrado director general de Sogecable y tres años más tarde fue designado director de desarrollo y relaciones internacionales del Grupo Prisa.

El perfil del nuevo director general de RTVE, al menos, tenía que ver con el mundo de la televisión. Todos, consejeros del Ente y diputados, aceptaron que se trataba de un hombre menos sectario que su antecesor en el cargo, pero aún desconfiaban de la voluntad de Aznar de acabar con la deuda de RTVE y con la guerra audiovisual que tenía enfrentadas a las dos Españas del dinero y el poder.

Sin embargo, en esta ocasión, si por algo se distinguió la gestión de Pio Cabanillas al frente de la televisión pública fue porque logró frenar, y hasta reducir, el déficit acumulado del Ente gracias a tres operaciones que se interpretaron como un intento de dejar listo el grupo para una posible privatización. Esas tres operaciones fueron en realidad tres capotazos que el Gobierno echó a Cabanillas en un momento en que las siglas RTVE se le empezaban a indigestar a Aznar.

El primer capotazo consistió en la inyección de 95.000 millones de pesetas a título de compensación por el desgajamiento de RTVE de la red de difusión y su cesión a Retevisión. Esa cesión de activos se produjo diez años antes, pero Cabanillas se benefició de esa compensación, que además superó en 25.000 millones de pesetas la estimación realizada por el Ministerio de Fomento que entonces comandaba Rafael Arias-Salgado. El segundo capotazo fue la devolución a RTVE de 46.000 millones de pesetas procedentes del IVA, de modo que el Ente recibió del Estado 141.000 millones de pesetas que se unieron a lo que representó el tercer capotazo que recibió Cabanillas y que llegó en forma de autorización para vender las acciones de TVE en Vía Digital por 13.350 millones de pesetas.

Cabanillas tenía previsto ahorrar además en torno a 35.000 millones en los gastos del año, con lo que no habría sido necesario echar mano de los 171.873 millones previstos para enjugar el endeudamiento autorizado para 1999. Por todo lo anterior, el nuevo director general auguró que RTVE terminaría ese ejercicio con una deuda "ligeramente por debajo" de la de 1998, que rondó los 600.000 millones.

Durante su gestión, Cabanillas se jactó de llegar a un acuerdo con la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales (FAPAE) para invertir 9.000 millones de pesetas en tres años en la producción de películas, telefilmes y documentales. El sector venía reclamando más ayudas a la producción española y Cabanillas vendió este convenio como un espaldarazo a la industria audiovisual española.

La cuenta pendiente que dejó Cabanillas en el Ente, sin embargo, fue impagable, al recorrer el camino inverso de su padre durante el franquismo. Si el padre impulsó cierto aperturismo informativo durante los últimos meses del franquismo, Pio Cabanillas jr. Pasará a la pequeña historia de la televisión en España por facilitar el acceso a TVE de Alfredo Urdaci, probablemente uno de los presentadores de noticias, primero, y director de informativos, después, más denostados de todos los que han pasado por esas funciones.

Los socialistas dejaron buena nota de ello al aprovechar una comparecencia de Cabanillas en el Congreso y bombardearle a preguntas sobre los informativos de la cadena pública, comprando TVE con la televisión de Milosevic.

Fue la diputada y antigua portavoz del Gobierno socialista, Rosa Conde, quien acusó al Ente de ser "el medio más propagandístico de Europa, a excepción de la televisión de Milosevic"<sup>[2]</sup>. La frase surgió tras la difusión de una noticia falsa en el *Telediario-2* del 20 de abril de 1999, en el que su director y presentador, Alfredo Urdaci, anunció algo que no se había producido.

Se trataba del rechazo a la petición de reprobación del ministro Arias-Salgado en el Congreso, de la que Urdaci informó antes de que se hubiera producido la votación. Rosa Conde reclamó la destitución del director de informativos, Javier González Ferrari, y la de Urdaci, a lo que Cabanillas respondió que "delante de ellos, y mucho antes, el que se va soy yo".

Cabanillas santificó así la decisión de González Ferrari de sustituir a Ernesto Sáenz de Buruaga por Alfredo Urdaci, verdadero paladín ideológico del PP al frente de los telediarios. El incidente mencionado fue el primero de una serie que poco a poco han hecho famoso al primer periodista obligado en TVE a leer una sentencia por otra información tergiversada, relacionada con la huelga general del 20- J.

### **Otro ex de Prisa en RTVE**

El 12 de mayo de 2002 el Consejo de Ministros nombraba director general de RTVE a Javier González Ferrari, hasta entonces director de Informativos de Televisión Española. La designación de González Ferrari fue una decisión personal del jefe del Gobierno, José María Aznar, que impuso su criterio frente a las reticencias del ministro portavoz, Pío Cabanillas, a quien Ferrari sustituyó como responsable de la radiotelevisión pública.

El candidato de Cabanillas era su número dos en RTVE, Ricardo García Vicente. Finalmente se impuso el nombre de Ferrari, a quien también apoyaba el vicepresidente primero del Gobierno, Mariano Rajoy.

La oposición consideró el nombramiento de Ferrari como un premio a su labor en torno a la imagen del PP. La portavoz del PSOE en la Comisión de RTVE, Amparo Valcarce, lamentó que la designación del nuevo director general no fuera fruto de un acuerdo parlamentario y de un examen previo, como Rajoy había anunciado para otros cargos institucionales como el Consejo General del Poder Judicial o el Defensor del Pueblo.

Con Ferrari, pues, se repetía la historia, al no contar con el consejo de administración de RTVE ni con el sentir de la oposición, que durante la legislatura anterior habían pedido en bloque y en repetidas ocasiones su destitución como responsable de los servicios informativos de Televisión Española por "su actitud servil al Gobierno y al PP" y por el "sectarismo" contra el resto de los partidos.

El nuevo director general comenzó su carrera profesional como periodista en 1972 en *Blanco y Negro*. Tres años después se incorporó a la Cadena SER. En 1986 pasó a RNE para dirigir el informativo *España a las ocho*. Un año más tarde se incorporó a la Cope

y posteriormente pasó por Onda Cero, Antena 3 Radio y, de nuevo, la SER. Tras ocupar la dirección de Radio Nacional durante dos años fue nombrado director de informativos de Televisión Española, cargo que desempeñó hasta sustituir a Pio Cabanillas en sus funciones<sup>[3]</sup>.

En efecto, la fidelidad de Ferrari a Aznar contrastaba con su paso por la cadena de radio de Polanco. De pronto, pareció ser más papista que el Papa, y el 23 de mayo de 2000 nombraba a Alfredo Urdaci director de informativos de TVE.

Junto a Urdaci, Ferrari nombró a Alvaro de la Riva, hasta entonces adjunto a la dirección General de Programación y Producción de Vía Digital, como director de la cadena pública. Urdaci desempeñaba hasta ese momento el cargo de subdirector de informativos y era presentador del Telediario 2<sup>[4]</sup>.

Por entonces, el Psoe lanzó su propio plan para acabar con la deuda histórica de RTVE, que era el gran problema que debía afrontar Ferrari y que prometió resolver. Según la portavoz del Psoe, Amparo Valcarce, si el Gobierno subvencionase anualmente a RTVE con 210.000 millones de pesetas, el problema estaba solucionado. De ese dinero, 60.000 millones estarían destinados a la asunción de deuda y 150.000 constituirían una subvención estable para los gastos del ente público.

Ferrari debió escuchar la propuesta de Valcarce, pero en septiembre de 2000, tan sólo cuatro meses después de tomar posesión como director general, solicitó elevar la deuda del Ente hasta los 800.000 millones de pesetas, todo un récord desconocido hasta entonces.

En concreto, el anteproyecto de presupuestos que presentó al consejo de administración del Ente para el año 2001 incluía un aumento del endeudamiento que alcanzaba los 795.206 millones de pesetas.

Según sus previsiones, González Ferrari esperaba unos ingresos de 146.162 millones (un 4,49 por ciento más que el año anterior), y unos gastos de 265.148 millones (un 10,35 por ciento más que el anterior ejercicio), más unas inversiones de 13.920 millones (un 5,99 por ciento más que el año anterior). Esas cuentas suponían elevar la deuda de RTVE en 133.703 millones de pesetas.

El Ente venía recibiendo del Estado dos tipos de ayuda. Una directa, mediante subvenciones, y otra indirecta, mediante avales de su deuda. Como subvención directa, González Ferrari esperaba recibir los habituales 11.043 millones del Estado. El problema era que los gastos financieros subirían un 56,48 por ciento, superando los 40.000 millones. Ferrari sostenía, no obstante, que si no se tenía en cuenta esa circunstancia, el balance de ingresos y gastos sólo representaba un aumento de estos últimos de tan sólo un 5 por ciento.

La idea de Ferrari era mantener el liderazgo de la cadena como fuera y tener un papel activo en la revolución digital que estaba por llegar. Para ello, González Ferrari defendió la necesidad de comprar más derechos deportivos y de cine y aumentar la producción propia.

Pero en la mente del Gobierno también estaba la idea de cambiar el modelo de gestión del Ente. Y para ello, el 29 de septiembre de 2000 decidió la adscripción de RTVE a la Sepi (Sociedad Española de Participaciones Industriales). La intención del Gobierno de Aznar era aplicar nuevos criterios de gestión empresarial al Grupo RTVE. Esto significaba que Hacienda tomaba las riendas financieras del Ente mediante la formulación de un plan estratégico que debía permitir “compaginar la prestación de servicio público con el saneamiento financiero de la deuda y del déficit de explotación del que tradicionalmente ha venido adoleciendo RTVE”<sup>[5]</sup>.

Un año después, en septiembre de 2001, Ferrari solicitó aumentar de nuevo el endeudamiento de RTVE en 127.787 millones de pesetas (769 millones de euros) para financiar el déficit de explotación del grupo, que ascendía a unos 922.000 millones (5.554 millones de euros) y suponía una reducción de unos 5.900 millones (casi 36 millones de euros) respecto al presupuesto del año anterior<sup>[6]</sup>.

Como se ve, estos presupuestos seguían sin resolver el problema de la deuda, aunque sí estaban dando buenos resultados de audiencia. Según los datos ofrecidos por los responsables del Ente, TVE fue la única cadena generalista que incrementó su audiencia en 2001, distanciándose aún más de las privadas. En concreto, la cadena pública se situó a más de 5,7 puntos de Tele 5 y a cinco puntos de Antena 3.

En cuanto al capítulo de gastos, el grupo público subrayó que gracias al nuevo sistema de gestión implantado el año anterior, se consiguió una reducción de gastos y costes en prácticamente todas las partidas. Frente a un presupuesto de 1,591 millones, el gasto fue de 1,512 euros.

El nuevo modelo de gestión de RTVE, comandado desde la Sepi, era ambicioso, ya que el presidente de este organismo, Ignacio Ruiz-Jarabo, dejó claro que desde enero de 2001 el plan marco que se empezó a aplicar a RTVE debía alcanzar el déficit cero y dejar la deuda a cero a finales de 2004. De certificar la bondad o ingenuidad de este plan se encargó el paso del tiempo.

Sin embargo, el traspaso de Radio Televisión Española (RTVE) a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales puso a temblar por igual a trabajadores y antiguos directivos del Ente, que en ese momento se dedicaban a exprimir la gallina de los huevos de oro a través de sus productoras.

Si los sindicatos temían que la Sepi echase el ojo a los 9.500 empleos del Ente, las productoras temblaban por la posible reducción del presupuesto anual de compras, 80.000 millones de pesetas, que TVE destinaba a la adquisición de producciones ajenas.

Con ese dinero, 65 por ciento del presupuesto total de TVE, el grupo compraba programas y series. La oposición pidió a Ferrari la lista de productoras que se estaban beneficiando de tan goloso pastel. Pero el director general sólo accedió a facilitar los datos de las productoras contratadas desde que él asumió el cargo.

Así, entre las productoras contratadas por su equipo figuraba el grupo Europroducciones, que había vendido ya a TVE para el próximo año nuevas entregas de los programas *Grand Prix* y *Todo en familia*, así como y 65 entregas de *El secreto*.

En el listado facilitado por Ferrari también aparecían Gestmusic y Zeppelin, las productoras de Telefónica Media que operaban a través de Endemol. Además estaba Pearson TV, perteneciente al grupo anglosajón que participaba a través de Recoletos en el diario *El Mundo*. El *showman* y empresario de espectáculos José Luis Moreno había conseguido vender otras 21 entregas de *Noches de fiesta* para el año siguiente, mientras Los Morancos habían vendido otras 15. Por su parte, New Atlantis, la productora del que fuera director de TVE, Jorge Sánchez Gallo, había vendido 26 documentales.

Cuando en febrero de 2002 el diputado socialista Máximo Díaz Cano acusó en la comisión parlamentaria de control de RTVE a González Ferrari de haber adquirido programas a New Atlantis, la productora de Sánchez Gallo, conocido por su vinculación al PP, el director general replicó que no había ilegalidad en ello y que también había comprado el año anterior programas a una productora representada por el ex director de TVE en la época socialista y entonces responsable de Contenidos de Vía Digital, Ramón Colom.

Díaz Cano también resaltó la contratación del programa *Enrédate*, de la productora Splendens Ibérica, vinculada al ex secretario de Estado de Comunicación, Miguel Angel Rodríguez, y de Cartel, otra productora de la que, según Díaz Cano, fue accionista el ex secretario de Estado, Pedro Antonio Martín Marín. Ferrari aseguró que con *Enrédate*, RTVE ganaba dinero, mientras vinculó a la productora Cartel no con Martín Marín, “sino al ex consejero del Gobierno de Castilla-La Mancha, Rafael Martín Sanz”<sup>[7]</sup>. Martín Sanz es por otra parte muy conocido en el mundo audiovisual al estar vinculado a numerosos consejos de administración del sector. De hecho, ha pasado por empresas como Telson, S.A., Amper, S.A., Unión de Productores Cinematográficos, S.L. o Avanzit (antigua Radiotróica), entre otras. Por Cartel habían pasado además el ex director de TVE, Jorge Sánchez Gallo, y Pedro Pérez, primer presidente de Vía Digital.

Por otra parte, los sindicatos culpaban a las productoras de lucrarse con TVE aumentando artificialmente los gastos y obteniendo algunas de ellas beneficios de hasta un 70 por ciento sobre los costes. Los representantes sindicales de RTVE consideraban que los precios que se aplicaban las productoras externas eran “a todas luces desorbitados”, puesto que superan “los propios de TVE” y los recogidos en el “convenio del sector de producción”. De igual modo, denunciaron que las productoras inflaban las partidas, que, en ocasiones, realizaban “programas piloto para otras cadenas en instalaciones de TVE”, que se les permitía el “expolio de los fondos documentales del ente” y que se “les roban ideas”.

Como ejemplo, los sindicatos pusieron espacios como *Grand Prix*, *Entre Morancos* y *Omaíta* y *Esta es mi historia*. Si estos tres programas, de 13 capítulos cada uno, los hubieran hecho los empleados de TVE con sus recursos, se habrían ahorrado casi 297 millones de pesetas, según los sindicatos

### **El laberinto digital**

Estos últimos años de historia de la televisión pública hay que vincularlo con la guerra por el control del multimedia del PP que el equipo de Pedro Antonio Martín Marín trató de organizar alrededor de Admira Media, la filial de medios de comunicación de Telefónica. Pero en ese intento se adivinó un compadreo sin precedentes al observarse

los curiosos saltos de empresa que dieron quienes habían ejercido cargos de responsabilidad en TVE, para integrarse en entidades como Vía Digital o Hispasat, ambas vinculadas a Martín Marín y al negocio de las plataformas digitales que tan en boga estaba entonces.

En este contexto, muchas veces no se sabía si algunos nombramientos de suponían recompensas o castigos por sus actuaciones anteriores. Estos fueron los casos de Jorge Sánchez Gallo y de Fernando López-Amor, quienes nada más abandonar sus puestos en la dirección de RTVE, en medio de las críticas por el despilfarro, con una deuda galopante a sus espaldas y tras protagonizar diversos incidentes legales en su carrera, al menos en el caso de López-Amor, se convirtieron en responsable de compras de Vía Digital y en presidente de Hispasat, respectivamente.

Sánchez Gallo dejó la dirección de TVE precisamente a instancias de López-Amor. Pero enseguida encontró acomodo en la plataforma digital en la que participaba RTVE. López-Amor, por su parte, pasó a presidir la compañía española de satélites cuyo accionariado estaba compuesto por Retevisión, Telefónica, Argentaria, Caja Postal, Sepi, el Centro del Desarrollo Tecnológico e Industrial --adscrito al Ministerio de Industria-- y el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial --adscrito al Ministerio de Defensa--.

Hispasat disponía entonces de dos satélites operativos. A finales de 1999 la compañía tenía previsto lanzar el tercero y estaba evaluando ofertas para la construcción de un cuarto satélite que sería lanzado en el primer semestre del 2001. Todo eso quedaba en manos de López-Amor. Hispasat cubría ya España, Portugal, todos los países iberoamericanos y buena parte de Estados Unidos y Canadá<sup>[8]</sup>.

Sólo pasaron 20 meses hasta que los accionistas de Hispasat se dieron cuenta de que López-Amor podría llevar a pique la empresa, no tanto desde el punto de vista financiera como institucional<sup>[9]</sup>. Su sustituto fue el bombero particular de Aznar, Pedro Antonio Martín Marín, que el 21 de julio de 2000 se hacía cargo de la sociedad española de satélites.

Telefónica, con Juan Villalonga en la presidencia, y el BBVA habían anunciado poco antes que actuarían coordinadamente en Hispasat en el marco de la alianza de 14 puntos que firmaron durante el mes de febrero anterior. Esto significaba que dos grandes instituciones del país debían vérselas con el representante del Gobierno en Hispasat con el peligro de que saltaran las mismas chispas que habían llevado a Villalonga y a Aznar a un enfrentamiento irreversible debido, entre otras cosas, a la separación matrimonial de Villalonga, cuya esposa era íntima amiga de Ana Botella, la esposa de Aznar<sup>[10]</sup>.

Este tipo de situaciones familiares deterioraron el ambiente en las altas esferas de las telecomunicaciones españolas. Y una de las funciones de Martín Marín era calmar los ánimos en los consejos de administración de una institución tan delicada como Hispasat.

Martín Marín gozaba de toda la confianza del presidente del Gobierno y de ministros como Josep Piqué, titular de Exteriores entonces y antiguo portavoz del Gobierno, y Anna Birulés, ex directora general de Retevisión y, en ese momento, ministra de Ciencia y Tecnología, de la que dependía el desarrollo de la sociedad de la información, desde Internet a los satélites.



Su nombramiento se interpretó en el sector como "poco favorable" para Telefónica, dado el distanciamiento personal entre Aznar y el presidente de Telefónica, Juan Villalonga, , desde que saltó el asunto de las opciones sobre acciones (*stock options*), y la sintonía existente entre Martín Marín y el entonces presidente del Gobierno.

En ese momento, Telefónica intentaba imponer sus prioridades en Hispasat, en contra de los criterios del primer accionista y otros socios. El acuerdo entre Telefónica y el BBVA incluía precisamente en uno de sus 14 puntos de su alianza estratégica coordinar las actuaciones en Hispasat aumentando sus participaciones. En ese contexto, y ante el papel fundamental que debían jugar tanto Hispasat como Telefónica en el proceso de fusión de las plataformas digitales, y en general, en el complicado mapa de las telecomunicaciones españolas, el Gobierno advirtió que vigilaría especialmente esos movimientos. Los designios de la empresa estaban en manos del Gobierno y, aunque tuviera minoría accionarial, contaba con la potestad de nombrar al presidente, que en este caso venía a tener un cierto carácter de guardián.

Este era el primer movimiento de Aznar dirigido a recuperar el control de Telefónica como reina de la partida de ajedrez que estaba a punto de comenzar para llevar a cabo la reordenación del sector de la comunicaciones.

El siguiente movimiento tenía que ser la sustitución del presidente de Telefónica por un personaje más dócil y manejable. El relevo se produjo el 26 de julio de 2000. Esa tarde el consejo de Telefónica nombró a César Alierta presidente de la compañía. Alierta era consejero de la operadora desde 1997, y presidente de la tabaquera Altadis.

La sustitución de Villalonga estaba cantada como consecuencia del deterioro de las relaciones de Villalonga con el Gobierno que le nombró en junio de 1996 y con las entidades financieras que formaban el núcleo de accionistas de la compañía. En medio del meollo estaban el Banco Bilbao Vizcaya, Argentaria y La Caixa.

El escándalo de las *stock options* (opciones sobre acciones), un sistema de retribución ideado por Villalonga que reportó a cien directivos de Telefónica, incluido su presidente, más de 72.000 millones de pesetas, hizo mella en el seno del Partido Popular cuando preparaba la campaña electoral para las elecciones de marzo de 2000 y el presidente del Gobierno, José María Aznar, fue acusado de favorecer a sus amigos al frente de empresas privatizadas.

Villalonga cobró más de 3.000 millones de pesetas en aquel reparto. El detonante definitivo llegó con la apertura de una investigación por parte de la Comisión del Mercado de Valores (CNMV) a Villalonga en junio de aquel año por supuesto uso de información privilegiada<sup>[11]</sup>.

Los problemas que se derivaron del enfrentamiento entre Villalonga y Aznar trascendían sus relaciones colegiales. Villalonga había ideado la fusión de Telefónica con el gigante holandés del sector de las telecomunicaciones KPN Telecom NV. La intención de las compañías española y holandesa crear en primer lugar una sociedad conjunta con una participación del 60 por ciento de Telefónica y del 40 por ciento para KPN, cuyo 40 por ciento aún estaba en manos del Estado holandés.

El núcleo duro de accionistas de Telefónica paró la operación a última hora. La designación de Alierta fue consensuada igualmente por este núcleo de accionistas que contaban además con el apoyo de varios consejeros independientes que fueron propuestos por Villalonga en 1997.

La elección de Alierta tenía que ver con su estrecha relación de amistad con Francisco González, copresidente del BBVA, y con el vicepresidente segundo del Gobierno y ministro de Economía, Rodrigo Rato<sup>[12]</sup>. Alierta había sido designado como presidente de Tabacalera —después Altadis— por el Gobierno al mismo tiempo que Villalonga, cuando el PP llegó al poder y nombró a personas de su confianza al frente de las empresas públicas.

Alierta se encontró con una Telefónica volcada en los medios de comunicación. Villalonga había tratado de configurar un grupo multimedia a través del Grupo Admira Media, la filial de medios de comunicación de Telefónica. Este había sido el brazo armado del PP hasta que Villalonga emprendió aventuras como la compra de Endemol, por la que pagó un sobreprecio exagerado, que ocasionaron pérdidas multimillonarias a la compañía.

La política de medios de Telefónica giraba en torno a tres patas bien definidas: Vía Digital, Antena 3 TV y Onda Cero Radio. Pero las tres patas sangraban por doquier. Las pérdidas en cada uno de esos medios eran millonarias. Tras la salida de Villalonga, Alierta trató de recomponer la división de medios de Telefónica procediendo a la escisión de Admira y al nombramiento de Pedro Antonio Martín Marín —de nuevo el bombero en acción— como presidente de la compañía.

La escisión del Grupo Admira dividió la empresa en dos. Una mantendría la razón social de Admira. La otra se denominó Telefónica Contenidos. El objetivo era configurar un grupo de medios de comunicación en abierto "sólido, rentable, orientado al mercado hispano y con vocación de crecimiento", según la nota oficial que Telefónica difundió en su día.

La nueva Admira quedó integrada por las participaciones en Antena 3 y Onda Cero, en el Grupo Atco (Telefé y Radio Continental, ambas en Argentina), en el Grupo Pearson y en Torneos y Competencias".

El otro gran objetivo de la compañía era apostar por el desarrollo de la banda ancha como operador multiplataforma capaz de comercializar tanto contenidos como aplicaciones a través de Internet. Esta división recibió el nombre de Telefónica Contenidos y quedó compuesta por las participaciones en Endemol, Vía Digital y el resto de activos de medios no incluidos en la nueva Admira, bajo control directo de Luis Abril.

El entonces vicepresidente y presidente en funciones de Admira, Luis Abril, se mantuvo en el cargo hasta completar la escisión. Finalizada ésta, Telefónica Contenidos comenzó a depender de la Secretaría General de la presidencia de Telefónica, en poder del propio Luis Abril, un hombre de 53 años, que fue nombrado vicepresidente ejecutivo y presidente en funciones de Admira Media el 11 de enero de 2002. Abril ha sido el encargado además de definir e implantar la imagen social del Grupo Telefónica en todos los países en los que opera la compañía.

La llegada de Martín Marín desde la presidencia de Hispasat, a sus 52 años, después de ejercer como asesor del ex presidente del Gobierno Leopoldo Calvo Sotelo y miembro del Comité Organizador del Mundial de Fútbol de 1982, antes de pasar por la Secretaría General de Radio Popular y la vicepresidencia de la Asociación Española de Radiodifusión Privada, estaba destinada a comandar una transición que exigía tanto la venta de activos como la reorganización de los equipos directivos de los medios dependientes de Admira.

### **Relevo entre amigos**

El 18 de julio de 2002 se produjo el relevo de Javier González Ferrari al frente de RTVE. El consejo de administración del Ente aprobó el nombramiento de José Antonio Sánchez Domínguez como nuevo director general.

José Antonio Sánchez era un periodista fraguado en el periódico *ABC*, donde permaneció 15 años en diversos puestos de responsabilidad. Tras su paso por el diario, ocupó la dirección general de Radio España y la vicepresidencia de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial. En este periodo cabe destacar las buenas relaciones que mantuvo con su mentor, el ex director de *ABC* y luego de la *La Razón*, Luis María Ansón, cuando éste se convirtió en presidente de Televisa España, que era propietaria de un 25 por ciento de la cadena Radio España que presidía José Antonio Sánchez.

Ansón llegó a declarar que Televisa pretendía “engrandecer” Radio España y crear una gran cadena nacional. “Tenemos la esperanza de lograrlo este año”, dijo en 1998. Pero la cadena arrastraba graves problemas financieros y poco después entraba en quiebra con José Antonio Sánchez aún en la presidencia.

Al final fue Planeta la encargada de liquidar la histórica Radio España, antes de tomar el control de Onda Cero. José Antonio Sánchez fue nombrado entonces adjunto a la presidencia de Admira Media. Ocupó ese cargo desde febrero de 2002, cuando Luis Blasco fue nombrado presidente de Antena 3 TV.

El 30 de mayo Pedro Antonio Martín Marín fue nombrado presidente de Admira. El triángulo Martín Marín-Ansón-Sánchez funcionó desde entonces a la perfección. El vértice fundamental era Martín Marín, que el 30 de mayo de 2002 fue nombrado presidente de Admira con poder directo sobre los medios de comunicación más importantes de la filial de Telefónica.

El 10 de junio dimitió Juan Kindelán como presidente de Onda Cero. Martín Marín asumió la presidencia provisionalmente hasta que el 18 de julio se produjo el relevo de Javier González Ferrari por José Antonio Sánchez en RTVE, y Ferrari pasó a ocupar la presidencia de Onda Cero.

Martín Marín controlaba Antena 3 TV, la cadena de radio Onda Cero y las filiales de medios de comunicación de Telefónica en Argentina. También quedó bajo su mando la participación de la operadora española en el grupo Pearson, dueño en España de Recoletos, que a su vez era propietaria de un 30 por ciento de *El Mundo*.

El paso de Juan Kindelán por Onda Cero había sido para tiritar. Llegó el 14 de enero de la mano de Luis Abril. También era consejero de Antena 3. Estuvo tres meses en la cadena de radio, y en ese tiempo su gestión estuvo marcada por las tensiones con la práctica totalidad de los profesionales de Onda Cero, tanto por sus pretensiones de recortar los sueldos de los principales comunicadores, entre ellos José María García y Luis del Olmo, como por su trato hosco hacia los profesionales.

Kindelán arremetió en ese tiempo contra la relación contractual que mantenían Onda Cero y *El Mundo*, que trataba de controlar los informativos de la cadena, además de gestionar el programa La Brújula del Mundo, dirigido por Victoria Prego.

Martín Marín procedió a reorganizar el grupo de medios de Telefónica con la consigna de vender sus principales activos al Grupo Planeta. De este modo, la operadora vendió el 25,1 por ciento del paquete de acciones que poseía en Antena 3 y Onda Cero a Planeta por 364 millones de euros.

Curiosamente, Planeta controlaba también *La Razón* de Luis María Ansón, que supo colocar a su fiel José Antonio Sánchez en RTVE. Por primera vez, el multimedia de Aznar empezó a tener sentido con el apoyo del Grupo Planeta. No en vano, los Lara, propietarios del grupo, y los Rato, entre quienes se encontraba el vicepresidente del Gobierno, habían sido socios en el pasado.

Cuando Martín Marín culminó el encargo de Aznar de integrar Onda Cero en Antena 3 Televisión, una labor que le costó 16 meses de trabajo, en septiembre de 2003, regresó a la presidencia de Hispasat.

Entretanto, el presidente de Telefónica, César Alierta, no prescindió de Luis Abril, a quien Martín Marín sustituyó como presidente de Admira. En cambio, le encomendó la dirección de la segunda área de Admira, que era la responsable de los contenidos. En esta división se agrupó Endemol, productora de *Gran Hermano*, y otras filiales como Admira Sport encargada de la adquisición de derechos deportivos. Bajo su manto quedó también Vía Digital, la TV de pago cuya venta a Sogecable ya había sido acordada con el presidente de Prisa, Jesús Polanco.

---

## Notas

[1] Pio Cabanillas Gallas fue subsecretario del ministerio de Información y Turismo entre 1962 y 1969, secretario del Consejo del Reino, y ministro de Información y Turismo entre enero de 1974 a octubre de 1974. En ese breve espacio de tiempo, su gestión se caracterizó por llevar una política de cierto aperturismo en el ámbito de la Prensa.

[2] El ex presidente de Yugoslavia, Slobodan Milosevic, juzgado por el Tribunal Penal Internacional para los crímenes de guerra en la antigua Yugoslavia, acusado de genocidio, pasa por ser uno de los dictadores más férreos de los últimos tiempos.

[3] Javier González Ferrari nació en Madrid en 1952. Cursó estudios de Filosofía y Letras. Trabajó en *La Actualidad Española* y fue comentarista político y cronista diario.

en la Agencia Fax Press. En radio fue uno de los fundadores de las tertulias con su espacio *La trastienda*, en la Cadena SER. Además de su paso por RNE hay que reseñar su experiencia televisiva, que incluye la dirección de tres espacios en Telemadrid y la presentación del espacio de entrevistas *Los desayunos de TVE*. El 16 de mayo de 2000 tomó posesión como Director General de RTVE.

[4] Otros nombramientos de Ferrari fueron los de Ignacio Ayuso, ex director general de Infraestructuras Deportivas del Ministerio de Cultura, como secretario general del ente público; Eduardo Olano, ex director del Área Comercial de RTVE, como nuevo director gerente Comercial, y Teresa Pérez Alfageme, hasta entonces directora de Comunicación, como directora gerente de este área. Por último, María Jesús Chao, directora adjunta del Área de Producción de Programas Informativos de TVE, fue nombrada directora de RNE.

[5] Para facilitar este trasvase y dejar a salvo el Estatuto --un texto aprobado en 1980 por amplio consenso parlamentario--, el Gobierno ha tenido que remover la legislación. En concreto, introdujo modificaciones, a través de la *addenda* al anteproyecto de ley de medidas fiscales, administrativas y del orden social, en la Ley de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado y en la Ley de Creación de Determinadas Entidades de Derecho Público. El traspaso a la Sepi se llevó a cabo sin que oficialmente el Consejo de Administración de RTVE fuera informado de que la gestión del grupo sería capitaneada por Hacienda.

[6] Estos presupuestos preveían unos gastos de 1.547 millones de euros para el siguiente ejercicio, que representaban un 3,14 por ciento menos que el presupuesto de 2001. Los gastos financieros aumentaban un 2,57 por ciento y ascendían a 249 millones de euros. Los ingresos se elevaban a 142.202 millones de pesetas (857 millones de euros), con una reducción de un 2,71 por ciento. En esta partida, 740 millones de euros procedían de las ventas, y 11.043 millones (66 millones de euros) de la subvención del Estado. El volumen de ingresos por publicidad se redujo en esta ocasión a los 115.000 millones de pesetas (692 millones de euros). Las ventas se redujeron en total un 7 por ciento. El nuevo presupuesto contemplaba también una reducción de los gastos presupuestados para el año siguiente en algo más de 56 millones de euros, siempre sin tener en cuenta los gastos financieros generados entre 2001 y 2002.

[7] *El Mundo*, 22 de febrero de 2001.

[8] Hispasat obtuvo resultados económicos positivos a partir de 1996. En el ejercicio 1998 alcanzó unos beneficios de 3.900 millones de pesetas.

[9] En los dos ejercicios en que López- Amor ejerció la presidencia de Hispasat, la empresa incrementó sus beneficios. En 1998, el resultado ordinario después de impuestos fue de 3.905 millones de pesetas, un 74 por ciento superior al año precedente, y en 1999 se registraron unos beneficios de 4.078 millones. En su etapa se lanzó y puso en órbita el tercer satélite del sistema Hispasat, que impulsó Telefónica para satisfacer las necesidades de Vía Digital.

[10] El Gobierno controla el 29,56 por ciento de Hispasat, a través de los ministerios de Hacienda, Ciencia y Tecnología y Defensa.

[11] Villalonga obtuvo una fuerte indemnización -unos 4.000 millones-, el adelanto del pago de las opciones del Plan TOP que debía hacerse efectivo en 2003 y la prolongación de su actual salario durante tres años. En total, más de 5.000 millones. El presidente trató de negociar para mantener a alguno de sus hombres de confianza, como Martín Bustamante, en la presidencia de Telefónica Móviles. Su salida, sin embargo, provocó la caída en cascada de todos sus hombres de confianza, desde Manuel García-Durán, presidente de Telefónica Media, hasta Juan José Nieto, consejero delegado de Media, y José Antonio Ríos, antecesor de García-Durán al frente del área de medios de comunicación y artífice de la fusión de Terra y Lycos.

[3] Ver Tijeras, Ramón. *Los Rato*. Plaza & Janés. Barcelona, 2003.

## 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.