

La fusión digital

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

Tan sólo dos años después de alcanzar el poder, José María Aznar tuvo que renunciar al núcleo duro de su equipo de Comunicación. En el horizonte se encontraba la necesidad de fusionar las dos plataformas digitales que hasta entonces habían llevado a cabo una guerra sin cuartel. Para ello, el presidente echó mano de un grupo de hombres formados en el seno del Grupo Prisa, que recibió el encargo de facilitar la transición hacia la plataforma digital única, con Jesús Polanco como gran beneficiario del pastel.

ABSTRACT

Only two years after reaching the power, Jose Maria Aznar had to resign the hard core of his equipment of Communication. In the horizon one was finding the need to fuse both digital platforms that till then had carried out an all-out war. For it, the president threw hand of a group of men formed in the bosom of the Group Hurry, which received the order of facilitating the transition towards the digital only platform, with Jesus Polanco as great beneficiary of the cake.

El Gobierno del PP había puesto en marcha su alternativa digital a Polanco a finales de enero de 1997, mediante la constitución de la sociedad Distribuidora de Televisión Digital, que iba a ser el embrión del que saldría la futura Vía Digital, el proyecto de

televisión digital que puso en marcha la primera directora general de RTVE del PP, Mónica Ridruejo, a partir de un esquema que fue cambiando con el tiempo hasta comenzar sus emisiones el 14 de septiembre de 1997.

Telefónica era la locomotora de esta plataforma, con un 35 por ciento de las acciones en su poder. TVE Temática, de Televisión Española, y el grupo mexicano Televisa contaban cada uno con un 25,5 por ciento de las acciones. El Grupo Recoletos entró en la sociedad con un 5 por ciento. Además, participaban las cadenas regionales de Madrid, Valencia y Galicia, así como diversos medios de comunicación con una participación simbólica inferior a un 1 por ciento. Entre estos últimos se encontraban *El Mundo*, *El Diario de León*, *Las Provincias*, la cadena Cope y la revista *Epoca*.

La nueva empresa nacía con un capital social de 10.000 millones de pesetas, para prestar servicios como operadora de televisión digital. La plataforma había iniciado el 24 de diciembre la emisión en pruebas de 16 canales de televisión digital, desde su centro de transmisiones de Madrid.

La compañía anunció que el nuevo servicio contaría con una oferta variada de canales de televisión, así como con canales de alta calidad y cine actual. También anunció que ofrecería películas y acontecimientos deportivos y musicales a la carta. Telefónica señaló también que, en una segunda etapa, la oferta se vería incrementada por una nueva generación de servicios interactivos: prensa electrónica, telebanca, conexiones a Internet de alta velocidad y teleeducación, entre otros, que representaban el futuro de la televisión en el mundo.

El proyecto tardó siete meses en ver la luz. El día de su presentación, su presidente, Pedro Pérez, se dirigió a dos centenares de empleados y directivos que aguardaban el comienzo de las emisiones en la Ciudad de la Imagen de Madrid. Allí estaban los productores Andrés Vicente Gómez y Jorge Arqué, el consejero delegado de Telefónica, Javier Revuelta, y el presidente de Televisa en España, Luis María Anson. A la fiesta acudió el secretario de Cultura, Miguel Angel Cortés, el director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, y los periodistas Carmen Rico Godoy, Julián Lago y Marta Robles. El director de Telemadrid, Juan Ruiz de Gauna, y directivos que impulsaron la plataforma desde dentro y desde fuera, como Carlos Reboll, Juan Carlos Martínez Peinado, Eduardo Alonso, Jorge Sánchez Gallo y Carmen de Andrés, entre otros.

La plataforma contaba ya con 6.000 abonados y representaba una alternativa real al reto planteado por Polanco tras suscribir su primer acuerdo con Telefónica y seguir adelante con un socio inesperado para los componentes de Vía Digital: el editor Antonio Asensio Pizarro.

El pacto de Nochebuena

Hasta finales de 1996 las relaciones entre Jesús Polanco y Antonio Asensio se habían caracterizado por su tensión. Se cruzaron querellas, acusaciones, demandas y descalificaciones a cuenta de la guerra por los derechos del fútbol, hasta que rompieron la baraja para repartirse Antena 3. Uno se quedó con la radio y otro con la televisión y los dos parecieron representar intereses comunes, creyendo que juntos podían ganar más.

La sorpresa saltó en la Nochebuena de 1996, al suscribir un pacto que suponía la creación de una nueva sociedad destinada a gestionar los derechos del fútbol. Asensio había ido comprando los derechos de varios clubes de fútbol y se había comprometido, en primera instancia, a compartirlos con Vía Digital, la plataforma de Telefónica que por entonces daba sus primeros pasos hacia su presentación.

Telefónica consideró una verdadera traición que Asensio pusiera en manos de Polanco unos derechos que entonces estaban valorados en 190.000 millones de pesetas entre las temporadas de 1998 a 2003. La estrategia negociadora y el cambio en las alianzas de Asensio se produjeron sólo unos meses después de que éste acusara a Polanco, su nuevo socio, de “prostituir las instituciones democráticas”. Y aún después de eso, fue capaz de redondear la operación con la venta a Telefónica del 56 por ciento del capital de Antena 3 TV por casi 50.000 millones de pesetas.

Hay que recordar que en la trastienda de este cambio espectacular en la estrategia de Asensio estaba la extraordinaria tensión existente entre el editor y Miguel Angel Rodríguez, el todavía portavoz del Gobierno que intentó presionar por todos los medios imaginables a Asensio para que vendiera sus derechos del fútbol al Grupo Televisa, accionista de Vía Digital, y no a Polanco, como finalmente sucedió.

Como hemos visto, los derechos del fútbol se consideraban claves para la supervivencia de cualquier plataforma digital. Vía Digital contaba con ellos a través de la aportación de Antonio Asensio, que se había pasado las últimas semanas tratando de que el grupo Televisa se pasara a la plataforma de Polanco para ahorrar costes y concentrar esfuerzos en una sola opción.

Los intereses personales de Miguel Angel Rodríguez, en contacto, como vimos anteriormente, con Guillermo Cañedo White, el joven cerebro financiero de Televisa, torpedearon esta posibilidad.

Asensio, además, habría recibido unos 1.500 millones de pesetas como compensación personal por ceder a Prisa los derechos del fútbol que poseía^[1].

Visto con perspectiva y sin los detalles del día a día, como tratamos de hacer aquí, la guerra digital, que incluía cambios de bando de unos y otros en los momentos más inesperados, tenía dos frentes bien definidos. Por un lado, la guerra por los derechos del fútbol que tuvo como protagonistas con aspiraciones a dos empresarios de la comunicación como Polanco y Asensio, que intentaban hacer la guerra por su cuenta con el fin de controlar la mayor parte del pastel con el menor coste posible. Y por otro, la guerra entre Telefónica y Prisa por controlar el negocio de la televisión digital, que se extendió, como veremos después, al continente americano.

Prisa tenía previsto ingresar unos 20.000 millones de pesetas limpios al año con una pequeña inversión. La operación consistía en pasar los 1.400.000 abonados de Canal Plus al nuevo Canal Satélite Digital, subiendo el precio del abono de las 42.000 pesetas a unas 80.000 pesetas anuales.

Asensio, por su parte, se había hecho con los derechos de varios clubes de fútbol para tener el peso específico necesario en cualquier negociación con las plataformas de televisión digital que se estaban organizando.

El Gobierno de Aznar parecía estar a merced de la herencia socialista. A fin de cuentas, el Psoe había logrado engendrar un nuevo monstruo alrededor del fútbol y los derechos cinematográficos que convertían a la plataforma de Polanco en algo invencible y sin oposición. A todo esto, Aznar sólo enfrentó una batería de iniciativas legales para defender “el pluralismo en el sector audiovisual”. Su Gobierno aprobó la Ley del Fútbol, que obligaba a emitir determinados partidos en abierto; y la de Televisión Digital, que pretendía que el usuario pudiera acceder a través de un sistema abierto a las emisiones de las dos plataformas, Vía Digital, de Telefónica, y Canal Satélite Digital, de Prisa. Con estas dos medidas Polanco perdió el monopolio de la televisión de pago y la exclusiva del fútbol televisado en *pay per view*.

El partido de fútbol de los domingos, que hasta entonces le costaba a Sogecable 2.000 millones de pesetas al año pasó a costarle 12.000 millones. Los 10.000 millones de más que tuvo que empezar a desembolsar representaban ni más ni menos que los beneficios anuales de Canal Plus, el canal codificado de pago que venía funcionando desde 1990. El material cinematográfico norteamericano también incrementó sensiblemente su coste. Lo que antes le costaba 6.000 millones al año, tras la puesta en marcha de las medidas del PP, le empezó a costar unos 45.000 millones al año.

Este incremento en los gastos de compra de material cinematográfico se produjo por el deseo de Sogecable de dejar sin grandes estrenos a su competidora, Vía Digital, ya que los empleados de Polanco se lanzaron a firmar contratos con multinacionales del cine como Disney, Time Warner y Columbia, a razón de 15.000 millones de pesetas año, durante 10 años, con cada uno de ellos.

Sogecable tuvo que suscribir entonces un crédito sindicado con Morgan Stanley por importe de 370 millones de dólares, casi 60.000 millones de pesetas, que daba una idea del volumen de gasto en el que se metió la empresa. Los gastos financieros podían devorar a Polanco en poco tiempo si no encontraba una solución. De ahí su empeño en pactar con Telefónica a toda costa para constituir una plataforma digital única que le permitiera ahorrarse las pérdidas millonarias que amenazaban con destruir su imperio audiovisual.

Pero Aznar se había cansado de despotricar contra la posible fusión de estas dos plataformas digitales. El presidente del Gobierno aseguraba cada vez que tenía ocasión que “una concentración de las dos plataformas de televisión digital en España podría ser lesiva para los consumidores”^[2]. Sin embargo, en 1998, coincidiendo con el escándalo de las *stock options* de Telefónica, su presidente, Juan Villalonga, y Polanco llegaron a un principio de acuerdo para la fusión de ambas plataformas, tras celebrar una reunión en el chalé que el presidente de Prisa tiene en la localidad madrileña de Valdemorillo.

El acuerdo entre Telefónica y Prisa contemplaba la fusión de las dos plataformas al 50 por ciento, con el compromiso de compartir la gestión. Villalonga había dado ese paso sin la aprobación de Aznar. De hecho, a partir de este momento, y por razones que incluyen aspectos personales, Villalonga y Aznar se distanciaron irremediamente. Los antiguos compañeros de colegio tomaron caminos diferentes. Villalonga se separó de su mujer y buscó nueva compañía en la viuda del magnate mejicano, Emiliano Azcárraga.

Esta vez parecía que la alianza entre Polanco y Telefónica podría culminar con éxito. Pero Villalonga optó por romper las negociaciones ante las diferencias en la valoración de los activos de las dos plataformas digitales.. La ruptura se produjo tras la publicación en *El país*, de una información en la que se descalificaba al anterior presidente de Telefónica y se ponía abiertamente en cuestión la influencia de esta compañía en la gestión del nuevo grupo.

Poco después de que Villalonga rompiera estas negociaciones, el periódico de Prisa publicaba un editorial en el que tachaba de “nazi” y “fascista” a José María Aznar.

Polanco se lleva el pato al agua

Por fin, el 28 de enero de 2003, Sogecable y la filial de medios de comunicación de Telefónica (Admira) llegaban a un nuevo acuerdo para integrar sus plataformas de televisión de pago, Vía Digital y Sogecable. La foto de Polanco y el nuevo presidente de Telefónica, César Alierta, recorrió las páginas de todos los periódicos. La fusión otorgaba a Prisa una posición dominante en el capital y en la gestión de la sociedad resultante. El acuerdo consagraba el monopolio que durante ocho años había perseguido Polanco para controlar el mercado de la televisión de pago en España.

A diferencia de lo que ocurrió bajo el mandato de Villalonga en Telefónica, esta vez las dos partes aplicaron un criterio que permitió el nacimiento del nuevo monstruo digital. Valoraron los activos de las compañías en función del número de abonados, que era de 630.000 en Vía Digital y de 1.980.000 en Canal Satélite. A eso les restaron la deuda financiera que arrastraba cada empresa, es decir, 525 millones en el caso de Vía Digital y 705 millones en el de Canal Satélite. El resultado determinó que el Telefónica debía contar con una participación del 23 por ciento en la sociedad resultante, mientras Sogecable se alzaría con el 77 por ciento.

Sólo faltaba la aprobación del Gobierno del PP, el mismo que se había opuesto por activa y por pasiva a la fusión. De hecho, a estas alturas, el acuerdo entre Telefónica y Sogecable suponía no sólo un balón de oxígeno para Polanco, sino la entrega de un negocio mastodóntico que empezaría a dar beneficios tan sólo unos años después.

Por separado, las televisiones de pago de Telefónica y Prisa representaban una verdadera sangría. Los meses anteriores al acuerdo se habían convertido en una carrera para ambas compañías. Se trataba de ver quién aguantaba más y si podrían sobrevivir cada una por si lado sin replantearse una y otra vez la necesidad de una fusión.

Admira Media, la filial de medios de Telefónica en la que estaban integradas Vía Digital y Antena 3, entre otras compañías, era, junto a Terra Lycos, la principal fuente de pérdidas del grupo Telefónica.

Admira redujo sus pérdidas de 627,4 millones de euros, en el año 2000, hasta los 347,3 millones de 2001, pese a que el impacto negativo de Vía Digital siguió aumentando. En 2002, Admira registró un resultado negativo de 162,6 millones de euros. Controlaba un 48,6 por ciento de Vía Digital, que por entonces aumentó sus pérdidas un 31,7 por ciento, hasta alcanzar los 334 millones de euros.

Las pérdidas aumentaron pese a que la plataforma incrementó en 173.300 el número de abonados, cerrando el año con un total de 806.380 clientes. En 2003, cuando se planteó la fusión definitiva con Prisa, la filial de Telefónica acumulaba una deuda en torno a los 1.000 millones de euros, de los que 500 tuvo que asumirlos Telefónica en el proceso de fusión con Sogecable.

Por su parte, Sogecable controlaba el 83,2 por ciento de Canal Satélite. La empresa cerró 2001 con un beneficio neto de 2,8 millones de euros. Estos fueron sus primeros resultados positivos desde que la compañía lanzó Canal Satélite. Tales resultados eran posibles porque Canal Plus, el canal codificado del Grupo Prisa, obtenía unos beneficios que permitían a Polanco compensar las pérdidas de su plataforma digital.

Los datos que facilitaba entonces Prisa decían que Canal Satélite Digital, con 1,7 millones de abonados, ya había entrado en punto de equilibrio financiero, aunque acumulara unas deudas de 600 millones de euros.

Al integrar Vía Digital en Canal Satélite, Telefónica se quitó un peso de encima. Sin embargo, Sogecable encontró su salvación en esta operación, ya que, en solitario, una compañía pequeña como era entonces Sogecable era más vulnerable a las pérdidas y al endeudamiento de su plataforma que la filial de Telefónica.

Sogecable y su grupo consolidado, pese a dar beneficios netos en 2001, había utilizado con excesiva frecuencia el recurso al crédito fiscal para declarar pérdidas en algunas sociedades y beneficiarse así del ahorro en el correspondiente pago de impuestos. Sogecable era una sangría que estuvo a punto de estrangular el negocio multimedia de Polanco.

La operación fue muy compleja desde el punto de vista financiero. Ahorraremos los detalles aquí. Baste saber, no obstante, que Telefónica, además de dar su brazo a torcer, actuó como garante financiero de la nueva plataforma digital.

El Gobierno dio luz verde al acuerdo el 29 de noviembre de 2003, pero puso 34 condiciones de obligado cumplimiento por parte de los integrantes de la plataforma. Rodrigo Rato fue el encargado, como vicepresidente segundo y ministro de Economía, de presentar esas limitaciones, que prácticamente coincidían con las que unos días antes había anunciado el Tribunal de Defensa de la Competencia.

Precisamente fue el ministro que más apoyó la operación dentro del Gobierno el que se presentó ante sus electores como garante de un acuerdo difícil de entender por las huestes del PP. Para maquillar la operación resaltó que el Gobierno había tenido en cuenta las consideraciones de asociaciones de consumidores, los informes de la Comisión Europea, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), del Servicio de la Competencia, así como del Tribunal de Defensa de la Competencia, incluyendo algunas alegaciones presentadas por los interesados.

Los críticos de la operación estimaban que las 34 condiciones impuestas por el Gobierno para llevar a cabo la operación eran fáciles de cumplir por las partes implicadas en el proceso. En primer lugar, llamó la atención que el Gobierno no contemplara medidas sobre la cesión o venta de Canal Plus por parte de Sogecable. La nueva plataforma podría seguir controlando en exclusiva los derechos del fútbol y del

cine tanto para el satélite, el cable e incluso las futuras televisiones digitales terrestres, lo cual perjudicaría el desarrollo de estas últimas. Los responsables de Veo TV y Net Televisión vinculadas al grupo Recoletos y a *El Mundo*, pusieron el grito en el cielo, ante la necesidad de tener que negociar los derechos de sus televisiones a la fuerza con la plataforma controlada por Polanco.

En concreto, la nueva plataforma digital mantuvo los derechos de pago del Real Madrid y del Barcelona, dos verdaderas locomotoras para la empresa, hasta 2008.

Entre las restricciones más dolorosas para la nueva plataforma se encontraba la referente a los contratos de sus clientes, que se consideraron improrrogables, y a los futuros, que no podrían exceder de los tres años, lo que trataba de asegurar que en el futuro los operadores de cable, u otros, pudieran tener acceso a estos contratos.

La nueva sociedad beneficiaria del acuerdo entre Telefónica y Sogecable mantuvo en exclusiva todos aquellos productos que no fueran de pago por visión. Esto se consideró ya entonces que pondría en peligro el desarrollo de negocios audiovisuales futuros, como el de la televisión digital terrenal (TDT), que permitirá una relación interactiva con los espectadores.

La aprobación del Gobierno se supeditó a la decisión que tomara el Tribunal de Justicia Europeo (Luxemburgo), que entonces analizaba dos denuncias, una de los operadores de cable y otra de Telecinco, que coincidieron a la hora de recurrir la devolución del expediente digital a España, por entender el tribunal que se trataba de un asunto que sólo afectaba a España.

Otra de las condiciones que impuso el Gobierno fue la imposibilidad de que la nueva plataforma repercutiera sobre sus clientes ningún coste relativo a la fusión. La nueva empresa sólo podría incrementar sus precios por debajo del IPC durante los siguientes cuatro años. La duración de las condiciones que no tenían un plazo establecido para su cumplimiento debían respetar un periodo de cinco años. La plataforma tampoco podría comercializar conjuntamente la oferta y productos de Telefónica.

Para averiguar quién ganó y quién perdió con la fusión basta echar un vistazo a las reacciones del mercado bursátil en torno a las dos principales empresas que participaron en la operación.

En el caso de Prisa, el anuncio del Gobierno le reportó una ganancia del 3,68 por ciento, mientras Telefónica cerró la semana con una caída del 0,58 por ciento en el precio de sus acciones.

Evidentemente, había más expectativas de futuro alrededor de Prisa, que tras la fusión se consolidaba como el principal grupo español multimedia. Y es el que negocio se intuía redondo, aunque tuviera que aguantar unos años de vacas flacas.

Los expertos estimaron que la nueva plataforma única empezaría a ser rentable en 2007^[3]. En ese momento, la compañía facturará más que el resto de las tres grandes cadenas nacionales --TVE, Telecinco y Antena 3-- juntas .

En 2007, la plataforma única se estima que facturará alrededor de 2.056 millones de euros. A partir de ese año, los informes de la cadena creen que la empresa entrará en beneficios, con unos ingresos astronómicos, superiores a las ventas de las tres televisiones nacionales que emiten en abierto.

Con el desarrollo de los servicios interactivos se producirá además un repunte de la facturación, que es el verdadero diamante en bruto del negocio que acarreará la futura televisión. Según algunos estudios, este tipo de actividades moverá 25.000 millones de euros en Europa a partir de 2005.

La plataforma resultante de la fusión conservó el nombre de Sogecable, un indicativo más de quién se quedó con la mayor parte del pastel. De entrada, el primer consejero delegado de la empresa fue Javier Díez de Polanco, sobrino de Jesús Polanco y verdadero ejecutivo de la compañía, puesto que el cargo de presidente no es ejecutivo.

En 2005, según la información que obra en poder de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, Sogecable constituye un verdadero emporio audiovisual. Con un capital de 252.008.740 euros, el grupo está compuesto por 11 sociedades, todas ellas relacionadas con el negocio de la televisión por cable^[4].

Sus principales accionistas son Telefónica, S.A., con el 23,831 por ciento de las acciones en su poder; Promotora de informaciones, S.A., con el 23,004 por ciento; Caja de ahorros y Monte de Piedad de Madrid, con el 5,025 por ciento; Corporación general financiera, con el 3,873 por ciento; Eventos, S.A., con el 3,230 por ciento; y Vivendi Universal, con el 16,379 por ciento. Además, el capital en poder del consejo de administración alcanza el 16,411 por ciento. Jesús Polanco, por su parte, mantiene una participación individual del 23,703 por ciento.

Aznar, en el redil

Desde fuera, los fieles compañeros de viaje de José María Aznar vieron cómo el otrora enemigo acérrimo de Polanco se convertía en su mayor aliado. Incluso *El Mundo* llegó a calificar la primera legislatura de Aznar en el poder como un periodo absolutamente favorable a los intereses de Prisa y sus socios en el negocio de la televisión.

El periódico de Pedro J, subrayaba que la aprobación por el Gobierno de Aznar de la fusión digital, a pesar de las condiciones impuestas por el Tribunal de Defensa de la Competencia, reforzaba a Sogecable, y le permitía absorber Vía Digital y sus 800.000 abonados, dejando libre el camino a la poderosa alianza que, desde entonces, han formado Telefónica y el grupo de Jesús Polanco^[5].

Al cabo de un año, una vez materializada la fusión, Aznar volvía a beneficiar los intereses de Prisa, al aprobar una enmienda a la Ley de Acompañamiento a los Presupuestos Generales del Estado, que introdujo cambios significativos en la normativa que regula la televisión. En virtud de esta modificación, los grandes grupos de comunicación españoles que poseyeran más del 5 por ciento de una televisión de ámbito estatal, también podrían ser propietarios de cadenas locales y autonómicas. Sólo tendrían la limitación de que no alcanzasen a más del 20 por ciento de la población.

Este cambio legislativo parecía hecho a medida de Prisa y del grupo Vocento. El primero es dueño de Canal Plus y Localia, la cadena de televisiones locales de Polanco que funciona por todo el país. El segundo es el fruto de la fusión entre el Grupo Correo y Prensa Española, propietaria de Abc, con participaciones en Telecinco, Cope, Punto Radio y Onda 6, otra cadena de televisiones locales que ya funcionan por todo el territorio nacional.

El 25 de octubre de 2002, Josep Piqué, entonces ministro de Ciencia y Tecnología, había anunciado públicamente la prohibición expresa de que cadenas nacionales pudieran participar en emisoras locales o autonómicas. Este veto se justificaba en la idea de que las primeras no necesitaban participar en las segundas, puesto que ya llegaban a la totalidad de la población. Pero la enmienda aprobada por el PP abría la puerta a ese cruce de participaciones.

En este sentido, cabe resaltar que el único gran beneficiario de la guerra digital fue Jesús Polanco, que se erige hoy como el gran magnate de la prensa y del negocio audiovisual, a gran distancia de sus competidores, puesto que ha heredado todos los esfuerzos realizados por todos los gobiernos desde 1982 hasta nuestros días, encaminados a poner en pie una oferta de televisión digital rentable que ha quedado reforzada con la puesta en marcha de la mayor cadena de televisiones locales del país.

La conquista americana de Prisa

Para entender la guerra a muerte que se desató entre Telefónica y Prisa por el control de la plataforma digital única hay que remontarse a los tiempos en los que Prisa y Telefónica competían por hacerse con el control de medios de comunicación en América Latina.

La idea de ambas entidades era convertirse en el referente del mundo hispano en el ámbito de los medios de comunicación. A esta idea se asociaban negocios de todo tipo, en plena era expansiva de los multimedia digitales.

Para llevar a cabo esta expansión, sus protagonistas no se arrugaron ni siquiera ante las dificultades legales. De esta manera, cuando el 14 de octubre de 2001 Prisa firmó la compra de Radiópolis, la cadena radiofónica de Televisa con 17 estaciones repartidas por todo el país, el imperio de Polanco anunció que entraba en “el mayor mercado en tamaño y crecimiento en América Latina”. Lo que no decía la nota oficial que dio a conocer este acuerdo es que para llevar a cabo la operación fue necesario saltarse a la torera la Ley de Inversión Extranjera de México, cuyo contenido impedía el control de ese tipo de negocios a empresarios extranjeros.

Esta ley establecía que los servicios de radiodifusión estaban reservados a los mexicanos o a sociedades mexicanas y que por lo tanto ningún grupo extranjero podía participar en negocios de radiodifusión ni siquiera a través de fideicomisos o pactos sociales para hacerse con su control.

Aún así, Prisa compró a Televisa el 50 por ciento de su división de radio por 50 millones de dólares. Jesús Polanco y Emilio Azcárraga, presidentes de los dos mayores emporios de comunicación de habla hispana, firmaron la operación en presencia del presidente mexicano, Vicente Fox, uno de los habituales contortulios de Felipe

González durante sus viajes a América, que desde el principio permaneció en la sombra de la negociación junto a su amigo Carlos Slim, el hombre más rico de América Latina.

Polanco y Azcárraga aprovecharon una excepción de la ley mexicana, la llamada “inversión neutra”, que permitía la entrada de capital extranjero en compañías de radiodifusión, sin derecho a voto ni a participar en la dirección, y siempre que lo autorizase la Secretaría de Economía.

La presencia de Fox en la firma del acuerdo fue muy criticada en su país, al interpretarse que el presidente se ponía al servicio de los dos magnates de la comunicación. Pero lo más sorprendente fue que ni Azcárraga ni Polanco respetaron siquiera los términos de esa excepción, puesto que el acuerdo permitía a Prisa proponer al consejo de Televisa el nombramiento de su director general.

A pesar de todo, las dos empresas anunciaron que la inversión cumplía “con los límites y requisitos establecidos por la legislación mexicana en materia de inversión extranjera”. La entrada de Prisa en Televisa supuso la culminación de su gran red panamericana de radiodifusión. Una red cuya fortaleza contrastaba con la delicada situación que atravesaba en España el grupo de Jesús Polanco, que en aquel momento debía hacer frente a la sentencia del Tribunal Supremo por la cual Prisa tenía que separar los activos de la Ser y Antena 3 Radio, obligado por el Consejo de Ministros del PP.

Apenas habían pasado veinte días desde la firma del acuerdo con Televisa, cuando Prisa tuvo que hacer frente a los problemas legales que en España supuso la absorción de Antena 3 por la Ser entre 1992 y 1994 con la aprobación del Gobierno socialista. También entonces el Grupo Prisa vulneró la ley de radiodifusión española.

De acuerdo con estos detalles, parece que la conquista latinoamericana de Prisa se inspiraba en la misma política de hechos consumados que ya utilizó en España con Antena 3 Radio.

En realidad, la aventura de Prisa en América Latina, al margen de su presencia histórica en el mundo editorial, comenzó en octubre de 1999, con la compra del 19 por ciento de cadena colombiana Radio Caracol al grupo Valores Bavaria (Valbavaria), una cadena que ya era líder en su país, con 172 emisoras entre propias, afiliadas y participadas, con una audiencia total de 8.551.600 oyentes y filiales en Colombia, Costa Rica, Panamá y Estados Unidos.

Este fue el primer paso hacia la constitución de la gran red panamericana de radiodifusión que en la actualidad trata de explotar los millonarios derechos musicales que Prisa ha ido acumulando a lo largo de los años.

Aquel mismo año de 1999 Prisa y la empresa colombiana crearon a partes iguales una nueva sociedad en Miami denominada Grupo Latinoamericano de Radiodifusión (GLR), a través de la cual el grupo controlaba 76 estaciones de radio en Chile, 12 en Panamá, una en Miami y una en Francia, y contaba con la sindicación de otras 104 emisoras en Estados Unidos.

El nuevo imperio comenzó a gestionar emisoras como la Cadena Finísima en Chile, CBI y WSUA en Miami y LBC en Nueva York. Prisa puso a funcionar además las sinergias de su grupo empresarial, y en el mes de noviembre la Ser otorgó a Caracol TV el premio Ondas a la mejor cadena latinoamericana de televisión.

Colombia había sido antes uno de los pilares del negocio editorial de Santillana, donde llegó a tener como delegado a Daniel Betancourt, hijo del ex presidente de Colombia, Belisario Betancourt. Su socio radiofónico en la actualidad es, sin embargo, el propietario de Valbaria, Julio Mario Santo Domingo, que es el hombre más rico del país.

La explosión latinoamericana de Prisa se produjo un año después, en junio de 2000, cuando el grupo salió a Bolsa y anunció un plan de inversiones para América Latina de 600 millones de dólares entre los años 2000 y 2002. La memoria de Prisa anunció entonces que el objetivo del *holding* era la creación de una gran red panamericana de radio que trasladase a América los principios en los que se inspira el modelo de radio desarrollado por la Ser en España, incorporando emisoras propias o asociadas en todo el continente americano.

Tan sólo un mes después, el 13 de julio de 2000, el recién creado Grupo Latinoamericano de Radiodifusión llegaba a un acuerdo con el grupo costarricense Nación para crear al 50 por ciento el Grupo Latino de Radiodifusión Costa Rica.

GLR Costa Rica poseía tres frecuencias radiofónicas que cubrían todo el territorio costarricense para gestionar tres cadenas de radio y otros servicios en el país. La inversión prevista para iniciar las actividades de la nueva sociedad fue de 3.005.060 euros (500 millones de pesetas).

El Grupo Nación es el líder en medios de comunicación en Costa Rica, posee los diarios *La Nación* y *Al día* y participa en otras muchas empresas de comunicación, incluida Corporación de Noticias, de Guatemala.

La expansión mediática de Prisa continuó en octubre de 2000 al asociarse con la empresa boliviana Garafulic para operar en el terreno de la prensa gráfica, la radio, la televisión e internet. Las dos empresas crearon tres compañías: Inversiones en Radiodifusión, S.A., Grupo Multimedia de Comunicaciones, S.A. e Inversiones Digitales, S.A., con un desembolso global de 10 millones de dólares.

El Grupo Garafulic fue el primero en impulsar la creación de un canal privado de televisión en Bolivia allá por el año 1984, es el principal accionista de las compañías telefónicas Sistemtel e Intelcom, impulsa el desarrollo del portal *Bolivia.com* y controla los principales diarios del país.

El acuerdo con Garafulic permitió que Prisa suscribiera el 25 por ciento de Inversiones en Radiodifusión, S.A., la sociedad que controla los canales de televisión de la red ATB-Red Nacional de Televisión en las ciudades de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Potosí, Cobija, Oruro, Sucre, Tarija y Trinidad, y que impulsa, en colaboración con la Ser, la creación de tres cadenas de radio musicales de alcance nacional .

Prisa se hizo con el 76,9 por ciento del Grupo Multimedia de Comunicaciones, S.A., que controla los diarios *La Razón*, de La Paz, *Nuevo Día*, de Santa Cruz, *Extra*, un periódico popular que es el de mayor difusión en ese país, y los periódicos especializados *Vida Sana* y *La Gaceta Jurídica*.

Con el 50 por ciento de Inversiones Digitales, S.A. Prisa comenzó a desarrollar el portal *Bolivia.com* y aplicaciones locales de Internet para comercio electrónico y plataformas digitales.

El plan de expansión de Prisa en América Latina comenzó a girar en torno a dos ejes de negocio principales y complementarios. Hoy día se basa, por un lado, en la compra de la infraestructura necesaria para la implantación de su red panamericana de radiodifusión, y por otro, desde el año 2000, en las inmensas posibilidades del negocio musical.

Por ello, el 6 de julio de 2000 Prisa firmó un acuerdo con Universal Music Group para la creación de Muxxic Latina, una nueva multinacional discográfica orientada al lanzamiento mundial de artistas en lengua española, cuyos derechos explota en España a través de Gran Vía Musical.

Prisa suscribió el 75 por ciento de la nueva sociedad, que a partir de entonces se dedicó a explotar el ingente catálogo de Universal. Su entramado musical creció cuando el 16 de febrero de 2001 Prisa adquirió el 60 por ciento de Ediciones Musicales Horus, S.A., una de las principales compañías discográficas independientes de música popular en España, y otro porcentaje igual de Lyrics & Music, S.L., otra editora musical con un amplio catálogo en su poder. Las dos operaciones se cerraron por un montante superior a los seis millones de euros (mil millones de pesetas).

La carrera hacia la constitución de una cadena panamericana estaba lanzada, y el 12 de abril de 2002 Prisa llegaba a otro acuerdo con el grupo colombiano Valores Bavaria para aportar a una nueva sociedad *holding* sus acciones de Caracol Radio y de Grupo Latino de Radiodifusión, además de otras participaciones en otras sociedades radiofónicas en América Latina.

En principio Prisa suscribió el 60 por ciento de las acciones de la nueva sociedad. La operación le costó en total 36 millones de dólares, tal y como ha declarado ante la Comisión Nacional de Valores desde que en 1999 inició la compra de Radio Caracol. La nueva sociedad *holding* se denominó Grupo Latino de Radio, S. L. Prisa incorporó a este grupo el 50 por ciento de las acciones del grupo que controlaba radios en Chile, Costa Rica, Panamá, Estados Unidos y Francia. También aportó el 50 por ciento que tenía en la mexicana Sistema Radiópolis, S.A.

Este proceso de aportaciones culminó el 7 de octubre de 2002 y dio como resultado lo que hoy se puede considerar la base de la red panamericana de radio del Grupo Prisa. Una red que funciona bajo la denominación de Grupo Latino de Radio, S.L., en el que Prisa participa con un 86,78 por ciento y Valores Bavaria con un 13,3 por ciento.

Internet es la otra pata estratégica que Prisa ha puesto en América Latina. Para ello, a principios del mes de abril de 2001, suscribió un acuerdo con la multinacional Sun Microsystems. El objeto de este acuerdo es “impulsar el acceso a la información y el ocio en español a través de la red”. Las dos empresas anunciaron que la tecnología Java,

desarrollada por la empresa norteamericana, permitirá que más de 300 millones de hispanohablantes accedan a dichos contenidos.

Gracias a esta firma, Prisa se asoció a un potente grupo con presencia en 170 países y una gran experiencia en el desarrollo de nuevos sistemas para la red. Prisa consiguió así acceder a las tecnologías que han revolucionado el mercado japonés de contenidos antes de deshacerse de Inicia Comunicaciones, S.A.

Toda la actividad del Grupo Prisa en Internet se concentró a partir de entonces en Prisacom, dedicada al desarrollo de contenidos y servicios digitales. En agosto de 2001 firmó un acuerdo con Amena, el operador de telefonía móvil del Grupo Auna, para el desarrollo de servicios interactivos y de geoposicionamiento. Las dos empresas acordaron invertir 12 millones de euros en los dos años siguientes para desarrollar proyectos relacionados con las tiendas virtuales, educación y formación, distribución y venta de música, y la aplicación de los nuevos sistemas de pago móviles que Amena está desplegando.

El acuerdo lo firmaron Juan Luis Cebrián Echarri, como consejero delegado del Grupo Prisa y presidente de Prisacom, y Luis Alberto Salazar Simpson, presidente del Grupo Auna y de Amena que, curiosamente, es concañado del ex vicepresidente segundo del Gobierno y ministro de Economía, Rodrigo Rato, que tras las elecciones de 2004 accedió a la presidencia del Fondo Monetario Internacional.

El Grupo Prisa participa además con un 24,3 por ciento en Iberbanda, un operador de servicios globales de comunicación en banda ancha, en el que también están presentes empresas como Informática El Corte Inglés, Omega Capital, Caja Duero, Ibercaja, Caja San Fernando, Caja de Ahorros El Monte y Diario de Burgos.

Iberbanda proporciona a las pequeñas y medianas empresas nuevas formas de acceso a Internet, transmisión de datos, telefonía y servicios de valor añadido en red, a través de radioenlaces y redes de fibra óptica. Y en esta empresa también participa el multimillonario mexicano Carlos Slim, asesorado habitualmente por Felipe González, que aparece a través de la empresa Sercotel, integrada en el Grupo Telmex (Teléfonos de México) que dirige Slim.

Los vínculos de Jesús Polanco con América Latina son antiguos. A Chile, por ejemplo, acude desde 1964. Durante seis años fue socio de Hernán Cubillos en la editorial Santillana. Conoció al presidente Eduardo Frei Montalva. Mantuvo una cordial relación con Frei Ruiz-Tagle mientras estuvo en el Gobierno y después cuando se convirtió en senador. Entre sus contactos más cercanos se encuentran el ex embajador de Chile en España, Juan Gabriel Valdés, y el senador Andrés Zaldívar, que pasó parte de su exilio en España. Con estos mimbres Polanco trató de hacerse recientemente con el diario *La Nación*, tras mantener varios encuentros con el presidente del país, Ricardo Lagos, en compañía del ex presidente español Felipe González.

En Venezuela Polanco llegó a emplear al hijo de otro ex presidente del Gobierno, Adolfo Suárez Illana, quien fue delegado de Santillana en aquel país, trabajando codo con codo con el ex periodista e intermediario Antonio Navalón, hombre de confianza del abogado y consejero de Prisa, Matías Cortés, que aún hoy trabaja para el presidente de Prisa en colaboración con millonarios de la zona como Gustavo Cisneros.

Los últimos pasos de Prisa en el negocio editorial también han sido importantes. En Brasil, compró la emblemática Editora Moderna a través de Santillana de Ediciones. La operación se llevó a cabo el 23 de marzo de 2001 por 73,4 millones de dólares. “Con esta adquisición —anunció entonces Prisa— Grupo Santillana logra implantarse con fuerza en el importante mercado brasileño y completa su presencia en América Latina”.

En 2002 Prisa anunció además la creación de una nueva distribuidora de cine hispano en Estados Unidos, formada por Televisa Cine, Latin World Entertainment y Plural, la productora audiovisual del Grupo Prisa, que tendrá su sede en Los Angeles.

Después de todo lo anterior, puede decirse que la guerra latinoamericana de Prisa a Telefónica, su principal competidora en la región, mucho tiempo antes de que las dos empresas disputaran su combate por el control de las plataformas digitales. El acuerdo final para la fusión digital permitió que Sogecable trasladase a la empresa resultante de dicha fusión la mayor parte de sus pérdidas, elevando éstas hasta los 750 millones de euros, cuyo coste asumió Telefónica en un ejercicio de entrega sin precedentes en el mundo de los negocios españoles.

A partir de aquí, Prisa no ha dejado de expandirse por América Latina, convirtiéndose en el referente que perseguía como gran multinacional de habla hispana, por delante del imperio que en su día Telefónica intentó también construir.

Notas

[1] *El Mundo*, 18 de febrero de 1997.

[2] Aznar, en *Expansión*, en marzo de 2000.

[3] Según Morgan Stanley, la nueva plataforma no alcanzará el *break even* hasta el ejercicio 2006, plazo que JP Morgan alargó hasta 2007.

[4] Cable antena, S.A.; Canalsatélite digital, S.A.; Centro de asistencia telefónica, S.A.; Compañía independiente de televisión, S.L.; DTS distribuidora de televisión digital, S.A.; Gestión de derechos audiovisuales y deportivos, S.A.; Glataforma logística de usuarios de sogecable, S.L.; Gervicios técnicos de Sogecable, S.L.; Sociedad general de cine, S.A.; Sogepaq, S.A. ; Sable antena, S.A.

[5] *El Mundo*: Una legislatura apoyando a Prisa y a sus socios. 30 de marzo de 2004.

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.