

Telefónica y PRISA: un matrimonio leal

CARLOS MIER :: 12/01/2017

La empresa de comunicaciones controla desde febrero el 13% del grupo mediático, pero la relación entre Telefónica y Prisa se remonta a hace 16 años

A finales de octubre, tres días después de su dimisión como secretario general del PSOE ante la rebelión interna instigada por los barones del partido, Pedro Sánchez desahogaba sus penas en el prime time del domingo en La Sexta sentado en una mesa junto a Jordi Évole.

El exlíder socialista desgranaba en Salvados las razones que, a su juicio, habían servido para descabalarle del sillón de mando en Ferraz. En líneas generales, señalaba a la presidenta de Andalucía, Susana Díaz, a otros barones del PSOE y a un anónimo *establishment* económico-mediático como actores reaccionarios en respuesta a su empeño por defender el Partido Socialista como “alternativa” al PP e intentar armar un Gobierno con Podemos, basado en el apoyo de las fuerzas nacionalistas.

Una y otra vez Sánchez se esforzaba en dejar claro que no era “su estilo” dar nombres, pero al final hubo dos personalidades que irrumpieron en su relato para dejarlo todo patas arriba: el expresidente de Telefónica César Alierta, y el presidente de PRISA –editor entre otros medios del diario *El País* y propietario de la Cadena Ser–, Juan Luis Cebrián.

En la extensa entrevista, el exsecretario general de los socialistas lanzó de vuelta las tintas que el periódico de cabecera de PRISA había cargado contra él semanas antes. *El País* llegó a calificar a Sánchez de “insensato sin escrúpulos” en un editorial incendiario justo en el momento de mayor tensión previo a la revuelta de los barones del PSOE. Tras el artículo, el director del diario, Antonio Caño, pidió disculpas en una carta a los lectores que se habían quejado del tono y la dureza del escrito.

Esa línea “abusiva e insultante” contra él, en opinión de Sánchez, no fue fruto del posicionamiento puramente periodístico sino consecuencia del “problema” de que algunos medios estén en manos de “muy pocas empresas” y que en su accionariado se sienten bancos y compañías de telecomunicaciones. Sánchez subrayó que César Alierta “y otros” empresarios trabajaron “para que hubiera un Gobierno conservador”, y que esa posición se materializó primero en advertencias y más adelante en las propias páginas de un diario otrora referente de la izquierda española. Todo el relato acusador de un derrotado Pedro Sánchez se hubiese quedado en el universo de las teorías conspiranoicas si no fuera porque Telefónica posee un 13,05% de PRISA.

La historia dio un giro espectacular unos días después de la entrevista con Évole cuando el diario *El Mundo* reveló que el propio Sánchez había acudido a José María Álvarez-Pallete, quien en abril sucedió a Alierta en la presidencia de la compañía, para pedirle apoyo ante el acoso sufrido por los medios de PRISA. La noticia nunca fue desmentida y el propio diario *El País* se hizo eco de la información de su competidor, añadiendo que en aquella reunión Álvarez-Pallete dejó claro a Sánchez que Telefónica “nunca se entromete en los medios de

comunicación y que el objetivo de la multinacional que dirige es estrictamente empresarial”.

La relación entre Telefónica y PRISA viene de lejos, cuando ambas se asociaron en la filial de televisión Sogecable. Finalmente, el año pasado la teleco se quedó con el 100% del negocio televisivo y convirtió al antiguo Canal Plus en Movistar +. Después de cerrar esta operación ya no está muy claro qué valor estratégico puede tener una participación del 13% en PRISA, más aún porque la empresa de Cebrián lleva tiempo sin ofrecer una retribución atractiva a sus accionistas y el valor de sus acciones no levanta cabeza. En los primeros nueve meses del año, PRISA obtuvo un beneficio neto de tan sólo 14 millones de euros frente a los 2.225 millones de una de las principales telecos del mundo.

El pasado febrero, en la que sería su última presentación de resultados de Telefónica como presidente, César Alierta fue preguntado por la razón de permanecer en el capital del grupo mediático. “La participación en PRISA se remonta a la magnífica relación que tenemos desde que estábamos juntos en Sogecable, una relación que se mantiene”. Para entender las implicaciones de esa “magnífica relación” hay que retroceder unos años en el tiempo.

Corría la segunda mitad de los años 90. El Gobierno de José María Aznar, que había asaltado el poder tras 14 años de felipismo, completaba la obra privatizadora que el socialismo había iniciado unos años antes y colocó a sus afines al frente de las enormes -y muy rentables- empresas estatales. Aznar puso al frente de Telefónica a su entonces amigo y compañero de pupitre Juan Villalonga. Comenzó la complicada y costosa tarea de crear un grupo de comunicación afín al Partido Popular que actuara como contrapeso del todopoderoso Grupo PRISA, en manos de la familia Polanco y muy cercano al PSOE.

Conglomerado de medios

Para ello, Aznar tiraría del músculo económico de Telefónica. En 1997, la teleco compraba Antena 3 al Grupo Zeta de Antonio Asensio; dos años más tarde se hacía con la cadena de radio de la ONCE, Onda Cero; y finalmente en 2000 se concretaba la adquisición de Endemol, la productora de Gran Hermano, por un precio abultado. A todo esto había que añadir la plataforma de televisión por satélite gubernamental, Vía Digital, que ya estaba controlada por Telefónica y que completaba un conglomerado mediático al que se asignó el nombre de Telefónica Media. Sin embargo, la relación de Aznar con Villalonga se fue al garete y éste último dejó Telefónica en el mismo año 2000 tras un escándalo bursátil en el que el empresario se benefició al utilizar información privilegiada. Se abría así el reinado de César Alierta, un mandato personalista que duró 16 años.

Si no puedes con el enemigo, cómpralo. Alierta llegaba a la presidencia de Telefónica desde la también privatizada Tabacalera respaldado por Rodrigo Rato, el poderoso vicepresidente económico de Aznar. Se encontró entonces con el lastre de un grupo mediático que generaba pérdidas millonarias y cuyo propósito esencial era controlar la información en favor del gobierno del Partido Popular. Dicho conglomerado, que pasó a llamarse Admira, fue vendido al Grupo Planeta en 2003. Alierta también ordenó deshacerse de la productora Endemol, que fue traspasada a Mediaset, y fusionó Vía Digital con Canal Plus, propiedad del Grupo PRISA a través de Sogecable, para fundar Digital Plus. Aquel fue el primer paso en la “magnífica relación” entre ambos gigantes de la comunicación.

Alierta pensaba que se había quitado de encima el muerto con la venta de Admira. Sin embargo, años después el directivo se dio cuenta de la necesidad de ofrecer contenidos propios para su expansión digital. Muchas grandes telecos apuntalan su desarrollo tecnológico mediante la oferta de paquetes integrales de servicios que combina telefonía móvil, Internet y entretenimiento, como Movistar.

Aprovecharse del débil

En cuanto hubo ocasión, Alierta y su consejo de administración buscaron la oportunidad de hacerse con el control total de Sogecable aprovechando la debilidad económica de PRISA, ahogada por las deudas. Tras librar la consiguiente batalla con Competencia y una cruenta lucha por los derechos televisivos del fútbol con Mediapro, Movistar + vio la luz en 2015 y pasó a convertirse en la plataforma televisiva 100% al servicio de la teleco. Un gigante de la comunicación que esta vez sí parece que está basado en criterios de rentabilidad económica pura y dura.

Pero la relación de Telefónica con PRISA no acaba ahí, básicamente porque había empezado tiempo atrás. En mayo de 2008, Telefónica acudió por sorpresa a la ampliación de capital de PRISA y entró por vía directa en su accionariado. Tras ejecutar unas opciones de compra, la teleco elevó su participación en febrero pasado al actual 13,05%, y se convirtió así en el primer accionista del principal grupo de medios de comunicación del país.

Reducción de costes, subidas de tarifas y una demanda colectiva

Hace unos meses, Telefónica decidió subir unilateralmente las tarifas de sus clientes de Movistar Fusión, el producto estrella que combina servicios de telefonía fija y móvil, Internet y televisión en una única factura. Fue un aumento de tres euros por usuario que reportará al gigante de las telecomunicaciones unos 550 millones de euros más en su cuenta anual de resultados, según estimaciones del banco estadounidense Citi. La reacción de los clientes no se hizo esperar y la organización de consumidores Facua interpuso una demanda colectiva firmada por más de 4.000 usuarios contra una subida considerada abusiva. Sin embargo, a pesar de la importancia jurídica y de las altas probabilidades de éxito de la demanda, la noticia apenas tuvo relevancia informativa en los medios de comunicación, tal y como denuncian los representantes de Facua.

Para los críticos, detrás de episodios como la subida de tarifas de Movistar está el siempre polémico control de los medios a través de la inversión en publicidad y su dependencia económica de un grupo reducido de anunciantes (casi siempre los mismos). En el caso de Telefónica, la inversión publicitaria en los medios nacionales se ha reducido aproximadamente un 67% en los últimos cinco años. Según datos de Infoadex, Telefónica era el anunciante individual que más dinero inyectaba en los medios de comunicación de España en el año 2010, con una inversión de 130,9 millones de euros. La posición de Telefónica en el ranking se ha reducido de manera paulatina hasta ocupar un discreto décimo puesto en 2015, con 42,3 millones de euros invertidos.

En estos últimos años, la compañía del Ibex 35 ha acometido un fuerte recorte de gasto en sus operaciones en España con ajustes de plantilla incluidos. *La Marea* ha preguntado a representantes de Telefónica si la caída en gasto en publicidad tiene que ver con esta

reducción de costes. Al cierre de esta edición, no hemos obtenido respuesta.

La marea

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/telefonica-y-prisa-un-matrimonio