

Jesús de Polanco (1929-2007). Capitán de empresas

Mercedes Cabrera

Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2015 480 pp. 24 €

El gran poder de Jesús de Polanco

Pedro Tedde de Lorca

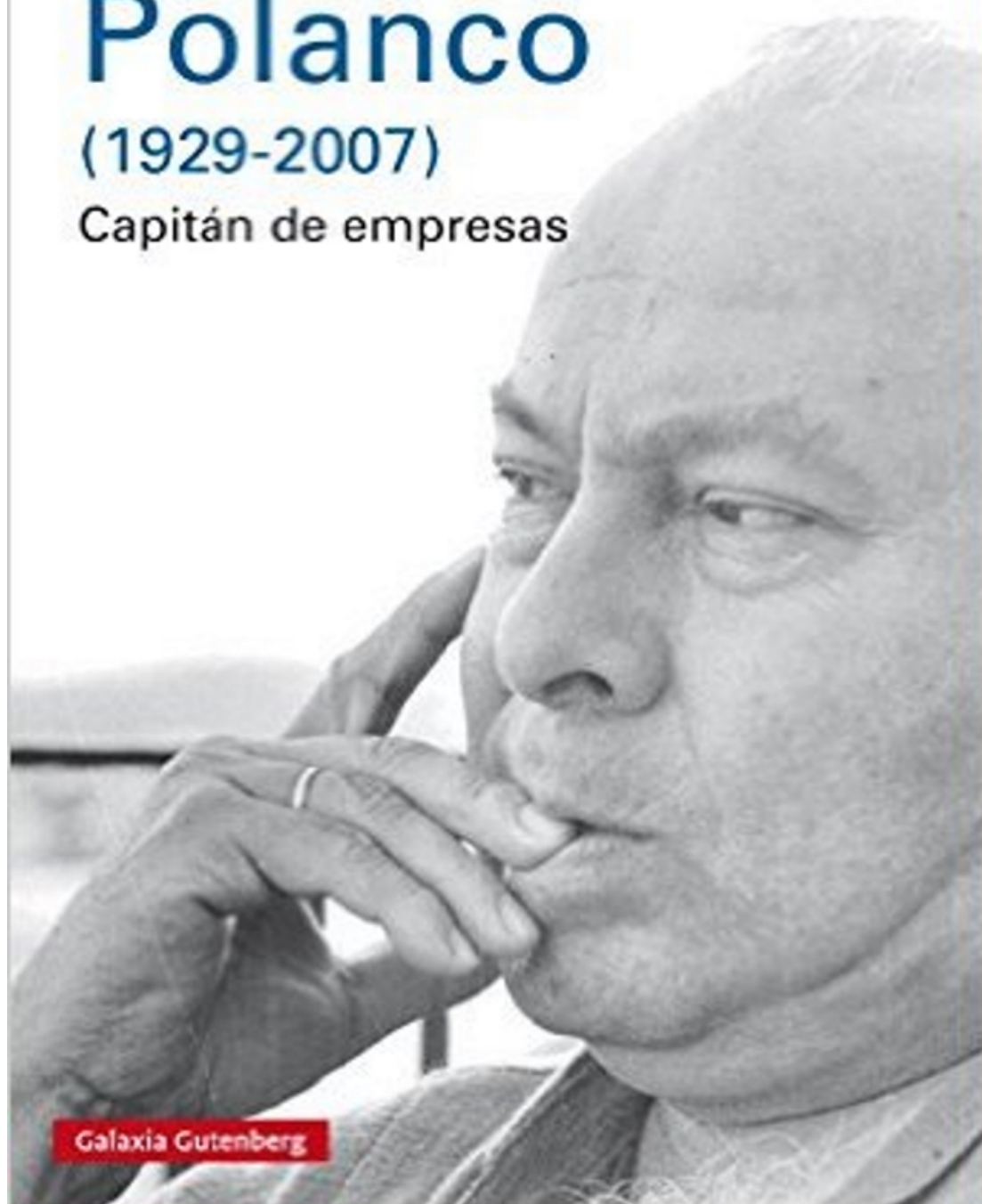
28 junio, 2016

Mercedes Cabrera

Jesús de Polanco

(1929-2007)

Capitán de empresas



Galaxia Gutenberg

Es muy probable que esta biografía de Jesús de Polanco, aparecida casi nueve años después de su muerte, se convierta en referencia obligada para los estudiosos de historia empresarial de la España contemporánea, y también para todos aquellos, mucho más numerosos, deseosos de conocer la historia de la transición a la democracia y del subsiguiente período, hasta casi el momento presente. Como revela el subtítulo del libro, Jesús de Polanco fue creador y dirigente de empresas editoras y de medios de comunicación, sector en el que llegó a ocupar un lugar preeminente, trascendiendo su actividad las fronteras nacionales. En las dos últimas décadas del siglo XX, Polanco se convirtió en el mayor editor periodístico español y en uno de los más importantes de los países de habla hispana, en prensa, radio y televisión, y también de libros. Sus empresas –sobre todo, las integradas en el grupo multimedia PRISA– crecieron de modo muy brillante y proporcionaron sustanciosos beneficios, lo que hizo de su principal accionista, el propio Polanco, una de las primeras fortunas de España. En la edición de libros, su empresa más conocida y próspera fue Santillana, a las que uniría otros sellos editoriales, como Alfaguara, Aguilar y Taurus. Polanco fue considerado uno de los cinco españoles más influyentes de la época, y su poder llegó a ser legendario –«Jesús del Gran Poder» era su apodo en los círculos culturales, políticos y empresariales–, de modo que su ascendiente con los gobiernos españoles de finales del siglo pasado y comienzos del actual, especialmente los de Felipe González, suscitó numerosas polémicas.

Bastarían las anteriores razones para entender el interés de este libro. Pero además, su autora, Mercedes Cabrera Calvo-Sotelo, es una historiadora contemporánea muy conocida, y particularmente sus estudios sobre el empresario periodístico Nicolás Urgoiti –creador de *El Sol*– y del financiero Juan March, y sus análisis de comportamiento empresarial en la España de los siglos XIX y XX, entre otros trabajos, le han valido general reconocimiento. Las citadas biografías y la investigación, realizada con Fernando del Rey, *El poder de los empresarios. Política y economía en la España contemporánea (1875-2010)* (Barcelona, RBA, 2011), ejemplifican un esfuerzo singular de rastreo de fuentes archivísticas y bibliográficas, así como una preocupación constante de aportación de pruebas sobre las que sostener sus interpretaciones. El presente libro sobre Jesús de Polanco lo corrobora. Las afirmaciones que se hacen en sus páginas se apoyan en las actas de las juntas generales de accionistas y del consejo de administración de PRISA, en documentos del archivo personal del propio Polanco y en conversaciones con diferentes personas de su entorno, además de numerosas citas de prensa de la época y de libros. Este hecho es destacable, dada la escasa afición de aquel editor a manifestar por escrito sus opiniones. De este modo, más allá de la visión de la autora, generalmente favorable al biografiado, el frecuente recurso a las fuentes que se citan en el libro, con testimonios literales de los protagonistas de la historia, permite al lector formarse una opinión propia.

La primera etapa en la historia de Polanco corresponde a la formación y las tempranas actuaciones profesionales del protagonista, desde su nacimiento en Madrid, de familia santanderina, hasta la consolidación de sus iniciales éxitos empresariales, a principios de los años setenta. Algunos datos aquí aportados tendrían importancia a largo plazo para la forja de la personalidad y la evolución ideológica de Polanco, como su interés por el mundo americano, cuyos orígenes quizás haya que rastrear en su vinculación con el Instituto de Cultura Hispánica, en los años cincuenta, y su relación con personas (Joaquín Ruíz Giménez, Dionisio Ridruejo, Carlos Robles Piquer) que, siguiendo diferentes tendencias políticas, contribuirían a la transformación y superación del franquismo. También resulta reveladora la afición a escribir en revistas, muchas de las cuales creó y dirigió, dando muestras así de una precoz capacidad editora y también empresarial, puesto que la administración

de algunas de estas publicaciones, junto con la gestión de pequeñas editoras de libros, constituyeron su primer medio de sustento familiar.

La editorial Santillana fue el siguiente paso que sirvió de fundamento a la posterior actividad de Jesús de Polanco. Aparecen algunos elementos ya presentes en la vida del joven editor: los libros, la América hispana, la importancia de las relaciones personales, destacando entonces, de manera muy determinante, la de Francisco Pérez González, compañero inseparable para siempre de sus iniciativas empresariales. Con él y con otros socios creó Santillana, a mediados de los años cincuenta, con la finalidad de exportar libros a diferentes naciones iberoamericanas, además de atender al mercado español, que pronto se revelaría, a ojos de Polanco, demasiado estrecho para sus aspiraciones. En los años sesenta se especializó cada vez más en libros escolares, que editaban y vendían a ambos lados del Atlántico. Sin embargo, sería España donde, a raíz de la promulgación en 1970 de la Ley General de Educación, se produjo el verdadero despegue de Santillana como editorial puntera de libros de texto, aunque sin descuidar su presencia en Latinoamérica.

La segunda etapa en la historia empresarial de Polanco parte de 1972, cuando se produce otro hecho crucial en su vida. José Ortega Spottorno, quien había recuperado la publicación de *Revista de Occidente*, fundada por su padre, y que había hecho de Alianza Editorial, creada en 1966, un foco cultural extraordinario, pergeñó un nuevo proyecto, esta vez de un periódico diario, alentado por los cambios políticos que en España se intuían próximos. Nació así la empresa PRISA, editora de *El País*, del que Polanco sería uno de los primeros accionistas y que encontró respuesta favorable en los círculos más aperturistas del régimen franquista, así como en otros de la oposición moderada. Sin embargo, la desconfianza del Gobierno y de los sectores más inmovilistas retrasó la aparición del periódico hasta mediados de 1976, cuando Franco ya había muerto. A aquellas alturas, Polanco ya era consejero delegado de PRISA, a propuesta de Ortega, confiado en su empuje empresarial. No anduvo errado el promotor del diario naciente, pues pronto aquel dio muestras de una ambición infrecuente en el mundo periodístico español, tanto en la dimensión buscada –ciento cincuenta mil ejemplares de tirada media en 1977– como en la maquinaria adquirida, diseño del producto y organización interna de la empresa. Desde el punto de vista periodístico, el resultado conseguido fue moderno y accesible a un público muy amplio, en vez de la opción preferida por Ortega y otros socios fundadores, de hacer un diario de calidad dirigido a una minoría influyente.

Polanco evidenció, asimismo, una inusual capacidad para avizorar los cambios políticos que, con velocidad de vértigo, estaban ocurriendo en España, sobre todo, tras la designación de Adolfo Suárez como presidente del Gobierno. Bajo la dirección de Juan Luis Cebrián –uno de los protagonistas más destacados de esta biografía–, *El País* fue adoptando una línea editorial cada vez más próxima a una línea de centro-izquierda que no siempre agradó a un sector importante del accionariado. Se inició así un enfrentamiento dentro de las juntas de accionistas, y del propio consejo de administración, que duraría hasta 1982. Polanco apoyó al director y, a su vez, encontró refuerzo en la redacción, en la cual el arco ideológico era muy amplio, desde el liberalismo centrista hasta el socialismo y el comunismo. La situación se resolvió con el reforzamiento del poder del consejero delegado, respaldado siempre por el presidente, José Ortega Spottorno, y con la salida de los accionistas disconformes. Polanco llegó a convertirse en el principal accionista de PRISA, al tiempo que no dejaba de promover cambios técnicos en el periódico, en busca de una mayor capacidad de edición, lo cual implicaba ampliaciones de capital. A comienzos de los años ochenta, la tirada diaria era de doscientos

cincuenta mil ejemplares, con una difusión de más de un millón y medio de lectores. En 1982, Polanco fue nombrado presidente –un presidente ejecutivo, como en la prensa norteamericana–, pasando Ortega a ocupar la presidencia de honor.

Sin embargo, Polanco –que continuaba, por otro lado, al frente de la editorial Santillana– no se contentaba en los límites de la prensa escrita. Desde el principio buscó la extensión de PRISA a los medios audiovisuales, especialmente a la radio y la televisión. El Gobierno socialista, salido de las urnas con mayoría absoluta en noviembre de 1982, determinó, tres años después, vender el 25% de las acciones de la cadena radiofónica SER, la primera española, propiedad del Estado, cumpliendo así el principio –normal en un régimen democrático– de que el sector público se abstuviera de participar en la propiedad de los medios de comunicación. PRISA optó a hacerse con aquella participación, lo que despertó los recelos de otras empresas editoras. Quedó entonces patente una de las recriminaciones más constantes que se hicieron a PRISA y, sobre todo, al propio Polanco: aprovechar sus excelentes relaciones con el Gobierno de Felipe González para conseguir beneficios empresariales. La contrapartida sería la defensa, en el periódico y en el resto de los medios, de la línea política seguida por el Ejecutivo. La autora del libro expone ampliamente los argumentos de Polanco contrarios a esta acusación. Según estos, la amistad del editor con González sería una realidad incuestionable, pero no se intensificaría hasta la salida de este del Gobierno. Más allá, no podía demostrarse que hubiese interferencias entre el Gobierno y la empresa y tampoco, según Polanco, había monolitismo ideológico en dichos medios, abiertos a una amplia diversidad de opiniones.

Sin embargo, la autora recoge también objeciones de algunos participantes en la junta de accionistas de PRISA sobre la excesiva complicidad de la sociedad con el Gobierno, así como las quejas del presidente de honor, Ortega Spottorno, sobre «lo que consideraba carencias o parcialidades en las informaciones del periódico», y sobre el abandono de *El País* de intelectuales liberales, algunos de ellos de raíz orteguiana, que pasaron a colaborar con otros medios (pp. 227-230). En 1994, Polanco declaró que *El País* era «obviamente» un periódico de centro-izquierda, pero rechazó las imputaciones de que fuese gubernamental, así como las de agresividad, arrogancia y prepotencia (p. 312). No obstante, años después, en su última intervención ante la junta general de accionistas, en 2007, el propio Polanco expresó su despecho porque aquellos que «deberían considerarse favorecidos por nosotros nos ven poco adictos» (p. 439). Se refería el editor a José Luis Rodríguez Zapatero –cuyo Gobierno concedió un nuevo canal de televisión digital terrestre a Sogecable, empresa de Polanco–, con quien distaba de mantener un entendimiento tan estrecho como con González, posiblemente por motivos generacionales. Cabe deducir, por tanto, que la proximidad entre el editor y los gobiernos socialistas, entre 1982 y 1996, es un hecho detectable, entre otros aspectos, en la relativa abstención de PRISA a la hora de revelar algunos de los casos de corrupción política en los años noventa (p. 303).

En aquellos años hubo nuevos avances de Polanco en la propiedad de multimedia, como la constitución de Canal Plus, televisión de pago, en 1989, y la adquisición en 1992 de Antena 3 Radio. Era esta una boyante emisora en frecuencia modulada y principal competidora de la SER, con la que se buscó fusionarla, operación finalmente vetada por el Tribunal de Defensa de la Competencia y después por el Tribunal Supremo. La evidencia de que el empresario extendía la esfera de sus negocios más allá de la prensa escrita dio paso a comentarios frecuentes y diversos sobre la

injerencia gubernamental en los medios audiovisuales y sobre los atentados a la libertad de prensa, todo ello cuando crecía la presión política sobre el Gobierno. Según se revela en los capítulos del presente libro dedicados a esta época, el tono de la opinión pública, a mediados de los años noventa, llegó a ser exasperado.

Con los gobiernos del Partido Popular, bajo la presidencia de José María Aznar, entre 1996 y 2004, la situación, aunque al principio parecía más relajada, no mejoró. Cuando Polanco fue procesado por el juez Javier Gómez de Liaño, en 1997, en un caso relacionado con la retransmisión codificada de partidos de fútbol por la televisión de pago, fue el empresario quien interpretó este hecho como abuso del poder político. Tras una campaña de opinión a favor del empresario en la que participaron las más ilustres personalidades del mundo de la cultura –de Gabriel García Márquez a Umberto Eco y de Norman Mailer a Susan Sontag, además de una considerable número de escritores españoles–, en la que se protestó por la interferencia de la justicia en la libertad informativa, las circunstancias dieron un vuelco completo al ser el propio juez procesado y condenado por prevaricación en 1999. Este, según se recoge en el libro, fue indultado por el Gobierno de Aznar en 2000, aunque con la condición de no incorporarse a la Audiencia Nacional en veinticinco años. Hay que añadir que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos de Estrasburgo, un año después de la muerte de Polanco, en 2008, emitió una sentencia condenando la falta de independencia e imparcialidad en el juicio seguido contra el ya exjuez.

En 1996, PRISA obtuvo los mayores beneficios de su historia, en una trayectoria que se había caracterizado por un éxito empresarial ininterrumpido. Es preciso señalar que Polanco casi siempre fue contrario al reparto de altos dividendos que los accionistas reclamaban, lógicamente, tras conocer los resultados positivos alcanzados. A lo largo de toda su vida tuvo el empeño de minimizar el endeudamiento de sus empresas, sabedor del lastre financiero que atenazó a muchos medios de comunicación en épocas recientes. Por otra parte, la política monetaria seguida en España en los últimos lustros del siglo XX implicó la existencia de elevados tipos de interés, que encarecían el crédito. La reinversión de beneficios y los aumentos de capital fueron las vías que Polanco prefirió a la hora de desarrollar sus negocios. Sólo en los últimos años del pasado siglo, los dividendos llegaron a ser verdaderamente considerables. Pero, a comienzos del siglo XXI, la situación cambió. Si bien PRISA, Santillana y la SER dieron buenos resultados, la evolución del negocio televisivo y de otros sectores obligó a incurrir en créditos considerables, sobre todo con diversos bancos, y a efectuar desinversiones. Probablemente era el precio que hubo de pagarse por la incansable búsqueda de mayores dimensiones para empresas multimedia en continua renovación tecnológica.

¿Cuál es la razón del afán de Polanco por expandir unos negocios que ya eran muy rentables? Podría argumentarse que su obsesión era el poder, pero esta explicación psicológica queda al margen de la historia económica. La autora del libro subraya la obstinación por dotar a su empresa de un tamaño óptimo, más allá incluso de las fronteras españolas –objetivo este que alcanzó–, no obstante su liderazgo indudable en el sector de la prensa nacional. Dicho anhelo de crecimiento técnico y económico en los medios escritos, y sobre todo audiovisuales, pasaba necesariamente por la confluencia entre empresa y política, tanto más en una época en la que pervivían aún controles legales y políticos heredados del franquismo. Esto lo sabe muy bien la autora del libro, que en anteriores investigaciones –especialmente en el libro ya citado, *El poder de los empresarios*– había

puesto de relieve las numerosas transacciones y pactos, a lo largo del siglo XX, entre el mundo económico y los políticos. En la parte final del libro se vislumbra la prevención mostrada por Polanco en el proceso de liberalización de los mercados que se produjo en España, tanto con socialistas como con populares en el Gobierno. Como afirmó el historiador Manuel Jesús González, en España durante mucho tiempo se consideró que los empresarios debían competir entre sí por los favores del Gobierno, en vez de hacerlo en el mercado. En cierto modo, Polanco pertenecía a esa época, la que había conocido durante toda su vida. En su sincera búsqueda de mayor libertad y de una sociedad más próspera y abierta para España, el acuerdo entre empresarios y políticos, incluyendo el Gobierno, no era considerado un inconveniente si ello conducía a la modernización y al progreso económico.

Pedro Tedde de Lorca es profesor de Economía en la Universidad CEU San Pablo. Es autor, entre otros libros, de *El Banco de San Carlos* (Madrid, Alianza, 1988), *El Banco de San Fernando* (Madrid, Alianza, 1999) y *El Banco de España y el Estado liberal (1847-1874)* (Madrid, Gadir, 2015).