

# El acercamiento entre Prisa y Atresmedia levanta suspicacias en el sector de la comunicación español

[Fernando Varela](#)



Joseph Oughourlian, presidente de Prisa, y Mauricio Casals, consejero de Atresmedia. infoLibre

Desde hace semanas, en los despachos y redacciones del sector de la comunicación español cada vez más personas se preguntan si Prisa está negociando **algún tipo de acuerdo** con Atresmedia.

No existe constancia pública de ningún pacto, ni publicitario ni empresarial. Pero los indicios se acumulan, y los protagonistas desmienten solo a medias la buena relación que han fraguado los dos grupos empresariales. Fuentes oficiales de Prisa, a preguntas de **infoLibre**, aseguran que su relación con Atresmedia "es **la normal**" que tienen "**con colegas del sector**". Y que sus proyectos de aquí

al año 2029 se resumen en el plan estratégico que la empresa presentó hace unos días. Pero declinaron responder en detalle preguntas directas sobre este asunto.

La expectación es comprensible. Prisa y Atresmedia representan **dos culturas editoriales y dos líneas ideológicas que han competido durante décadas**. La primera, propietaria de *El País* y la *Cadena SER*, ha sido durante generaciones el faro del centroizquierda mediático español. La segunda, con *Antena 3*, *La Sexta*, y *Onda Cero*, ha construido su identidad en coordenadas distintas. Un entendimiento entre ambas —de cualquier naturaleza— tendría implicaciones que van mucho más allá de la cuenta de resultados.

La primera señal de que ese entendimiento, pese a las explicaciones oficiales, va más allá de lo “normal” entre “colegas del sector” es la **estrecha relación** que han entablado, desde hace tiempo, **Joseph Oughourlian**, presidente ejecutivo de Prisa, y **Mauricio Casals**, hombre fuerte de Atresmedia en Madrid. Casals, conocido en el sector con el apodo de “el príncipe de las tinieblas” por su legendaria capacidad para [presionar](#) tanto a empresas como a instancias gubernamentales, ha trabado con el hombre fuerte de Prisa una sintonía que varios testimonios califican de cercana y de confianza.

El alcance de esa influencia tendría ya **un precedente concreto y significativo**. Una fuente con conocimiento directo de la dirección de Prisa atribuye al consejo de Casals la decisión de Oughourlian de cancelar, hace ahora un año, [el proyecto de un canal de TDT](#) que el grupo tenía avanzado. Esa cancelación no fue inocua: acabó provocando una ruptura con los accionistas españoles de la empresa, fractura que condicionaría el rumbo posterior de Prisa. Si la versión es cierta, la influencia de Casals sobre el presidente del grupo ha tenido consecuencias corporativas de primer orden.

El segundo indicio de esa especial relación entre grupos aparentemente rivales es más reciente y más concreto. El pasado martes, **en un reservado de un lujoso restaurante de Madrid**, se reunieron a comer **Silvio González**, vicepresidente ejecutivo de Atresmedia y número dos de su máximo responsable, **José Creuheras**; **Javier Bardají**, consejero delegado del grupo; **Joseph Oughourlian**, presidente de Prisa; y **Pilar Gil**, consejera delegada de Prisa Media, la división que aglutina *El País* y la *Cadena SER*.

## **Al más alto nivel**

No es inusual que directivos de grandes grupos mediáticos se reúnan. **Lo llamativo es la composición de la mesa**: los dos máximos ejecutivos operativos de Atresmedia junto al presidente y la principal gestora de los medios de Prisa. Una reunión de ese nivel no es una visita de cortesía. Y el hecho de que se celebre en un reservado, lejos de los espacios habituales de representación, añade una capa de discreción que nadie en el sector considera circunstancial.

Hay un tercer elemento, citado por otra fuente consultada por **infoLibre**, que expresa bien la orientación de Oughourlian. El presidente del grupo propietario de la *Cadena SER* no oculta su **predilección por Carlos Alsina**, la estrella de Onda Cero Radio, propiedad de Atresmedia, en detrimento de Hoy por Hoy, el programa estrella de su propia emisora, dirigido y presentado por Àngels Barceló. Hasta el punto de sintonizar la emisora de Alsina cada mañana.

Para entender el posible significado de estos movimientos hay que situar a Oughourlian en el momento político y empresarial en que se encuentra. Desde la ruptura con los accionistas españoles, el presidente de Prisa ha emprendido un camino de **afianzamiento**

**personal** en la empresa, a través de un blindaje con el fondo Pimco y rechazando una oferta en firme de ampliación de capital que hubiera dado el control del grupo al empresario Blas Herrero, propietario de Kiss Radio, al que Oughourlian ha llegado a referirse públicamente con desprecio.

El horizonte financiero de Prisa hasta 2029 está condicionado por una arquitectura de deuda que **vincula la viabilidad del grupo a la continuidad de su actual presidente**. El acuerdo alcanzado con Pimco, poseedor de la mayoría de los tramos críticos de deuda, incluye una "cláusula de permanencia" que actúa como un blindaje operativo: cualquier movimiento accionarial destinado a destituir a Oughourlian activaría un vencimiento anticipado de aproximadamente 240 millones de euros.

Esta estructura convierte la figura del presidente en un activo financiero en sí mismo, garantizando la paz con los acreedores a corto plazo, pero **limitando drásticamente la capacidad de maniobra** de la Junta General ante posibles cambios en la estrategia de gestión.

## En el juzgado

Esta personalización del riesgo crediticio ha trasladado la batalla por el control del grupo a [la arena judicial](#), concretamente al Juzgado de lo Mercantil nº 18 de Madrid. Accionistas de referencia como Global Alconaba han impugnado formalmente este blindaje, calificándolo de "abuso de derecho" **por condicionar la supervivencia de la compañía a la estabilidad de un solo cargo directivo**.

Aunque la justicia ha denegado medidas cautelares para evitar un colapso financiero inmediato, el proceso principal sigue vivo y añade un factor de incertidumbre jurídica a las perspectivas del grupo.

Hasta 2029, Prisa opera bajo una suerte de “pacto de estabilidad forzosa” donde la gobernanza corporativa queda subordinada a las exigencias de sus acreedores institucionales.

A estas maniobras se añade **el enfriamiento de la relación con el Gobierno de Pedro Sánchez**. El propio Oughourlian firmó en su día un [artículo](#) en el que comparaba al presidente del Gobierno con Franco, texto que cerró definitivamente cualquier puente de entendimiento con La Moncloa. En ese escenario de aislamiento, la búsqueda de un ancla de estabilidad —ya sea publicitaria o de otro tipo— con un grupo del tamaño de Atresmedia **adquiere una lógica propia**.

Oughourlian, sin embargo, insiste en que **no tiene intención de vender ni de despiezar el grupo**. En esa línea acaba de presentar un plan estratégico con el que pretende proyectar una imagen de estabilidad y continuidad, al menos, hasta 2030.

El grupo Prisa cerró 2025 con **una deuda neta de 757 millones de euros**. Es la segunda cifra más baja que ha tenido el grupo en años, pero sigue siendo alta. De hecho, en 2025 aumentó en siete millones, rompiendo la tendencia de 2024, cuando el grupo logró recortar su endeudamiento en 82 millones de euros, pasando de 832 a 750 millones.

El plan estratégico presentado hace unos días fija dos objetivos que hay que leer conjuntamente para entender **la lógica financiera del presidente de Prisa**. El primero es alcanzar en 2029 un resultado operativo —beneficio antes de intereses, impuestos y amortizaciones— de 240 millones de euros anuales. El segundo es que, para entonces, la deuda neta no supere tres veces ese beneficio anual. Aplicando esa ratio al objetivo de beneficio, el techo de deuda implícito en el plan tiene que situarse, en el plazo de tres

años, en torno a los 720 millones de euros.

## Expectativas modestas en deuda

La aritmética resultante es, a primera vista, **modesta**. Si la deuda actual es de 757 millones y el objetivo para 2029 es estar por debajo de 720 millones, el recorrido neto de reducción que los responsables del grupo se han autoimpuesto es de apenas unos 40 millones en cuatro años. Muy lejos de los 82 millones que el grupo redujo en el ejercicio de 2024.

La explicación hay que buscarla en la voluntad de no reducir agresivamente la deuda mediante la venta de activos o el recorte de gastos, sino en **hacer crecer el negocio**. Lo que quieren cambiar no es solo el volumen de la deuda, sino su peso relativo sobre la capacidad de generación de dinero.

En ese sentido, el plan de Prisa ha sido presentado como una **apuesta por el crecimiento** del negocio —fundamentalmente digital, con la plataforma educativa Santillana y los activos de audio como vectores principales— más que como un plan de austeridad financiera al uso.

El camino implícito, si se traza una curva lineal entre el punto de partida real y el objetivo declarado, sería una reducción gradual de **unos 10 millones de euros anuales**: de 757 millones en 2025, pasando por 745 en 2026, 735 en 2027, 725 en 2028, hasta llegar a 715 millones en 2029, ya por debajo del umbral que marca el propio plan. Son cifras orientativas —Prisa no ha publicado objetivos de deuda año a año— pero sirven para visualizar la pendiente que el grupo considera manejable.

Hay dos matices que condicionan todo el escenario. El primero es

que la ratio de deuda sobre beneficio operativo solo se sostiene si el beneficio crece de forma efectiva hasta los 240 millones previstos. Desde los niveles actuales, eso implica **un crecimiento operativo muy relevante** que el plan da por posible pero que el mercado juzgará conforme pasen los ejercicios. El segundo matiz es que el grupo no dedicará todo el flujo de caja generado exclusivamente a amortizar deuda: una parte irá a inversión para sostener precisamente ese crecimiento que hace viable la ecuación.

Lo que el plan de Prisa promete a sus accionistas, y en particular a sus acreedores, es una apuesta por hacer creíble que la transformación digital del grupo no solo es real, sino que, en un escenario de incertidumbre global, generará **suficiente valor económico** como para resolver por la vía del crecimiento lo que durante años no se pudo resolver por la vía de la reducción de costes.

Si lo consigue, habrá salido de una de las espirales de deuda más largas y complejas del periodismo europeo. Si no, los 757 millones de euros de hoy seguirán siendo, dentro de cuatro años, **el problema central** de un grupo que controla algunos de los activos periodísticos más relevantes en español.

## **El riesgo de un cambio de orientación**

En cualquier caso, las fuentes consultadas por **infoLibre** sostienen que Oughourlian es perfectamente consciente de que un giro editorial brusco hacia la derecha de *El País* y la *SER* **sería catastrófico para ambas marcas** y para la audiencia de sus medios. Pero las señales de que algo está cambiando en los márgenes, de forma gradual y aparentemente calculada, se acumulan.

La incorporación de **perfiles de derechas** en las tertulias de la emisora de radio del grupo, un espacio hasta ahora dominado por voces de centroizquierda, no ha pasado desapercibida. También ha generado comentarios la frecuencia creciente con que los programas y contenidos de las cadenas de televisión de Atresmedia reciben un **tratamiento informativo** más que favorable en las páginas de *El País*.

Entre los últimos gestos que han llamado la atención está la decisión de Prisa de autorizar al presentador estrella de *Hora 25*, **Aimar Bretos**, uno de sus iconos periodísticos, a estrenar un programa en *La Sexta*, la emisora progresista de Atresmedia, que desde hace tiempo intenta buscar una fórmula que le permita recuperar la confianza de la audiencia.

A muchos en el sector les ha sorprendido también la decisión de abrir el suplemento *Ideas* de *El País*, hace apenas unos días, con un [artículo](#) firmado por Carlos Rodríguez Braun, catedrático jubilado de Historia del Pensamiento Económico de perfil netamente neoliberal, dedicado a las bondades del liberalismo clásico y a la reducción al mínimo del Estado. La pieza, por su ubicación y su tono, fue interpretada por muchos como **una señal de reposicionamiento editorial** que pocos esperaban ver en ese espacio.

El interés que suscita un posible alianza entre Prisa y Atresmedia tiene que ver con las implicaciones relevantes para **el pluralismo mediático** en España. Ambos grupos concentran activos muy influyentes en distintos soportes —prensa, radio, televisión y plataformas digitales— y su aproximación estratégica podría reducir la diversidad real de actores con capacidad de fijar agenda informativa.

Además, existen obstáculos estructurales: algunas de sus marcas

compiten directamente en el mismo mercado, como *Cadena SER* y *Onda Cero* en la radio generalista, lo que dificultaría una integración operativa plena —aunque el precedente de *Antena 3* y *La Sexta* ofrece, al mismo tiempo, una solución—. Sin embargo, incluso sin una fusión formal, la cooperación en áreas como **la comercialización publicitaria, la tecnología o la distribución de contenidos** podría generar sinergias significativas y aumentar el poder de mercado del conjunto frente a otros grupos mediáticos.

## Problemas regulatorios

Desde el punto de vista regulatorio y del pluralismo, el principal riesgo estaría en **la concentración de capacidad de influencia informativa y publicitaria** en un mercado ya muy concentrado. Las autoridades europeas llevan años alertando sobre este fenómeno en el ecosistema mediático, especialmente en países con pocos grandes operadores nacionales.



“

[Oughourlian fulmina a Pepa Bueno en 'El País' en vísperas de recibir](#)

[una oferta de los inversores españoles](#)

[Ver más](#)

"  
—

En el caso español, donde unos pocos grupos dominan gran parte de la audiencia en televisión, radio y prensa digital, un acercamiento entre Prisa y Atresmedia podría **reforzar posiciones dominantes** tanto en el mercado publicitario como en la formación de la agenda pública. Por eso, cualquier acuerdo relevante estaría previsiblemente bajo el escrutinio de autoridades de competencia como [la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia \(CNMC\)](#), y debería cumplir con un marco normativo europeo orientado a proteger el pluralismo y limitar concentraciones excesivas en el sector de los medios.

Con todo, la pregunta más relevante de fondo es qué significaría para la pluralidad informativa española que el grupo propietario de *El País* y la *SER* estrechara lazos —de cualquier tipo— con Atresmedia. Y también qué significaría para **la independencia editorial** de unos medios cuya credibilidad ha descansado históricamente en su distancia de los poderes económicos y en la coherencia de su línea ideológica.

Oughourlian **no vende**. Eso dice. Pero en el sector hay cada vez más quienes se preguntan si el grupo que preside está cambiando.