

Presencia e influencia del Grupo Godó en la radio estatal española (1982-2022)

JOSÉ IGNACIO WERT-MORENO

joseignaciow@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4283-0849>

JOSÉ MARÍA LEGORBURU HORTELANO

Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities

legorburu@ceu.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3209-3216>

Artículo recibido el 24/05/2024 y aceptado el 30/09/2024

Cómo citar:

Wert-Moreno, J.I., y Legorburu Hortelano, J.M. (2024). Presencia e influencia del Grupo Godó en la radio estatal española (1982-2022). *Quaderns del CAC*, 50, 43-52. doi: <https://doi.org/10.60940/qcac50id431852>

Resumen

Aunque Radio Barcelona obtuvo en 1924 la primera concesión para emitir, una vez regulada la radiodifusión en España (EAJ-1), el empresariado catalán no tuvo una presencia efectiva en esta a escala estatal hasta seis décadas después. El Grupo Godó lo consiguió con una emisora surgida en el boom de la FM, Antena 3 Radio, que, en solo diez años (1982-1992), alcanzó el liderato de audiencia. Es menos conocido que la polémica desaparición de esta cadena no supuso el final de su influencia, pues compartió junto al Grupo PRISA el capital de la sociedad Unión Radio hasta 2022, momento en que cesó —discretamente y sin apenas repercusión— una relación empresarial que se había prolongado durante tres décadas. Con objeto de trazar su recorrido histórico, se ha realizado una investigación cualitativa mediante entrevistas en profundidad a directivos relevantes de la emisora y el Grupo. Los resultados precisan las etapas y el alcance de la relevancia en el sector radiofónico de la editora de La Vanguardia entre 1982 y 2022.

Palabras clave

Antena 3 Radio, Cataluña, España, Grupo Godó, Grupo PRISA, radiodifusión, Unión Radio.

Abstract

Although EAJ-1 Radio Barcelona obtained the first-ever broadcasting licence following the regulation of Spanish broadcasting in 1924, Catalan companies did not have a significant nationwide presence in the sector until six decades later. This was finally achieved by Grupo Godó through a radio station —Antena 3 Radio— that first emerged during the FM boom and which within just ten years (1982-1992) had risen to be an audience leader. A lesser-known fact is that the controversial disappearance of this station did not mark the end of the Group's influence, as together with Grupo PRISA it continued as a stakeholder in the Unión Radio company until 2022. At this point —quietly and almost without impact— it put paid to a business relationship that had lasted three decades. In order to trace its historical trajectory, qualitative research was carried out via in-depth interviews with prominent executives of both the radio station and the Group. The results pinpoint the different phases and scope of relevance of the Group —publisher of La Vanguardia newspaper— in the radio sector from 1982 to 2022.

Keywords

Antena 3 Radio, Catalonia, Spain, Grupo Godó, Grupo PRISA, broadcasting, Unión Radio.

1. Introducción

El panorama radiofónico español goza de gran estabilidad desde hace más de dos décadas. Al margen de la cadena pública estatal —Radio Nacional de España— y de las distintas emisoras de titularidad de las administraciones autonómicas, los operadores privados se dividen, fundamentalmente, entre PRISA

Radio, propietaria de la Cadena SER y sus radios temáticas musicales; Ábside Media (Conferencia Episcopal Española), referencia en el accionariado de COPE y sus marcas musicales, y Atresmedia Radio (Planeta), que gestiona Onda Cero, junto a sus emisoras musicales. Ha habido otros grupos editores que han tenido una presencia destacada en el medio. Es el caso de Vocento, que no llegó a conseguir que cuajara el proyecto

de Punto Radio (2004-2013). Sin embargo, el Grupo Godó, editor de *La Vanguardia*, sí desempeñó un papel significativo en la historia reciente de la radio en España. Concretamente, fue un destacado dinamizador del mercado entre 1982 y 1992, que transformó la frecuencia modulada. Sin embargo, apenas adquiere un perfil propio durante su larga etapa —concluida en 2022— de presencia minoritaria en PRISA Radio, constituida en 1994 como Unión Radio.

Se trata de una cuestión no abordada hasta el momento de forma singular, sino tratada en diferentes investigaciones científicas centradas en el ámbito de la historia de la radiodifusión, en general, y de Antena 3 Radio, en particular. Tampoco se puede decir que haya una literatura extensa al respecto. En todo caso, destacan aportaciones como las tesis doctorales de Dobón-Roux (2017) y Wert-Moreno (2023), así como otros estudios centrados específicamente en *La Vanguardia* y su grupo editor, como puede ser el de Nogué y Barrera (2006). De la misma manera, se puede encontrar información relevante en otras fuentes, como es el caso de las biografías o autobiografías de participantes en todo el periplo histórico: Mario Conde (Cacho, 1994), Antonio Herrero (Herrero-Tejedor, 2008), José María García (Ferrer, 2016), Concha García Campoy (Dalmau, 2018), Manuel Jiménez de Parga (2008), Jesús de Polanco (Cabrera, 2015; Cruz, 2021), etc.

2. Objetivo y metodología

Esta investigación se plantea como objetivo definir el papel que el Grupo Godó, conocido, sobre todo, por su relevante influencia en Cataluña durante casi un siglo y medio, ha tenido en el conjunto del Estado español a través de su actividad en el mercado radiofónico durante cuatro décadas (1982-2022). Hay que señalar que esta presencia se divide en dos periodos bien diferenciados. En el primero (1982-1994) desempeñó un papel protagonista como accionista de referencia de Antena 3 Radio, ocupándose de su gestión hasta la entrada en su accionariado del Grupo PRISA. En el segundo (1994-2022), solo participó subsidiariamente en la gestión de la Cadena SER y sus emisoras musicales en tanto que socio minoritario de la sociedad de servicios Unión Radio, posteriormente denominada PRISA Radio.

Esta investigación, como se ha mencionado, tiene un marcado carácter cualitativo, ya que, para recorrer el periplo del Grupo Godó en el mercado radiofónico estatal, se ha apoyado en una minuciosa revisión de la literatura y de los asientos hemerográficos de los principales diarios de cobertura nacional, pero, sobre todo, en la información recolectada a partir de fuentes primarias-orales (concretamente, los testimonios de informantes clave, recogidos mediante entrevistas personales en profundidad bajo cuestionario cerrado semiestructurado, realizadas entre febrero de 2019 y octubre de 2021).

En particular, la muestra de informantes clave, identificados y seleccionados conforme al papel desempeñado por cada

uno de ellos, se compone así: Eduardo Alcalde, director general de Antena 3 Radio (1993-1994) (18.3.2019); Alfonso Cavallé, subdirector general de Antena 3 Radio (1988-1994) (11.5.2021); Juan Luis Cebrián, presidente y consejero delegado del Grupo PRISA (1988-2018) (27.7.2021); Augusto Delkáder, consejero delegado de la Cadena SER y de Unión Radio (1991-2021) (13.2.2019); Juan María Sainz, director general y consejero delegado de Antena 3 Radio (1992-1993) (08.02.2019); Joan Tapia, director de *La Vanguardia* (1987-2000) (21.10.2021), y Luis Ángel de la Viuda, director de *Expansión* de Antena 3 Radio (1984-1990) (29.12.2020). Todas estas entrevistas fueron grabadas y transcritas.

Lamentablemente, no se pudo acceder a fuentes primarias relevantes como Jesús de Polanco o Manuel Martín Ferrand, ya fallecidos; ni tampoco al testimonio de Javier de Godó, que rechazó ser entrevistado. En todo caso, sí se han recogido sus testimonios de fuentes secundarias y, en el caso del presidente del Grupo PRISA, gracias a su archivo personal, depositado en el Grupo Timón.

3. Resultados

El Grupo Godó participó en el consorcio de medios de comunicación que impulsó la marca Antena 3 atraído por el negocio de la televisión privada. El interés por este grupo y por su buque insignia, el diario *La Vanguardia*, por tener influencia en el Estado español, más allá de Cataluña, se había puesto de manifiesto durante el tardofranquismo, cuando mantenía unas tiradas muy relevantes, semejantes o superiores a la de los periódicos editados en la capital (Davara, 2005, p. 139), a partir de una línea editorial muy moderada con respecto al régimen, tanto que algunos autores la califican como “la no ideología” (Alfárez, 1986, p. 74). Así, cuando, apenas transcurridos siete años de la muerte de Franco, los promotores deciden centrar sus objetivos en la radio, toda vez que los cambios legislativos para posibilitar los canales comerciales de televisión quedaron postergados con el cambio de Gobierno de UCD al PSOE de 1982, es el Grupo Godó el que, de entre todas las editoras que ponen en pie Antena 3 Radio, da un paso adelante y asume el protagonismo en la propiedad y en la gestión.

Su primera década de funcionamiento (1982-1992) supone un éxito empresarial y un hito en la historia de los medios de comunicación en la España de la postransición. Sin embargo, el inicio de las emisiones de Antena 3 TV en 1990 dio lugar en poco tiempo a un serio descalabro financiero para sus accionistas, con el Grupo Godó a la cabeza, que se tradujo en una crisis en la cadena radiofónica, escenificada con un agrio enfrentamiento entre el máximo responsable de la gestión y el propietario. Este último, Javier de Godó, acabaría recabando la ayuda de su principal competidor, el Grupo PRISA, que pasó a ocuparse de la cadena durante dos temporadas, lo que culminó con el cese de emisiones en junio de 1994, operación a la que Federico Jiménez Losantos (1992, p. 28) bautizó como *antenicidio*.

Para entonces ya estaba plenamente operativa la sociedad de servicios Unión Radio, que reunía los activos radiofónicos de ambos grupos, una relación que pervivió hasta mediados de 2022. Entre tanto, la empresa editora de *La Vanguardia* recuperó con la emisora generalista RAC1 (también la musical RAC105) su presencia en el mercado radiofónico, al margen de sus socios, y se circunscribió así al territorio catalán.

3.1 Godó invierte en la radio, con la vista puesta en la televisión (1980-1982)

Antena 3 SA, inscrita en el Registro Mercantil el 9 de octubre de 1980, nace como un empeño personal de Manuel Martín Ferrand y los hermanos Manuel y Rafael Jiménez de Parga (Faus, 1991, p. 21), que consiguen atraer a su proyecto a empresas periodísticas como la agencia Europa Press, Prensa Española, el Grupo Zeta y, especialmente, el Grupo Godó (Dobón-Roux, 2017, p. 44).

Se da la circunstancia, como relata Manuel Jiménez de Parga (2008, p. 320), de que, pese a ser los dos editores de prensa más importantes de Cataluña y competidores directos, Godó y Antonio Asensio (propietario del Grupo Zeta) no se conocían hasta que él los cita para impulsar Antena 3 Radio. Esta última sociedad, centrada específicamente en la radio, a diferencia de la empresa inicial, se constituye el 1 de febrero de 1982 y comienza sus emisiones el 4 de mayo (Balsebre, 2002, p. 484). El capital inicial fue de 200 millones de pesetas (1.202.024 euros) divididos en 20.000 acciones nominativas por valor de 10.000 pesetas (60 euros) cada una (Wert-Moreno, 2023, p. 46). Hay que señalar que, a finales de 1983, se produjo un primer cambio en el accionariado, puesto que Zeta lo abandonó y adquirieron sus participaciones las otras compañías, sobre todo, Godó. Más tarde, se asociarían al proyecto grupos como *La Voz de Galicia*, *Diario de Navarra*, Correo o Serra.

El primer Consejo de Administración estuvo encabezado por Rafael Jiménez de Parga como presidente, y Antonio Asensio, Javier de Godó, José Manuel Seco, Guillermo Luca de Tena y Francisco Palazón como vicepresidentes. En el invierno de 1986 se reconfiguró sin cambios con respecto al presidente, pero sí a sus vicepresidentes, que se redujeron a Luca de Tena y Godó, siendo este último ejecutivo. En febrero de 1988 vuelve a modificarse: Godó pasa a ser presidente, y Jiménez de Parga, vicepresidente ejecutivo.

En el ámbito catalán, a finales del otoño de 1982, se inaugura la emisora de Barcelona, de especial relevancia no solo por ser la segunda ciudad en población, sino por acoger las empresas periodísticas del accionista mayoritario. Algunos meses después, en febrero de 1983, se celebra una fiesta de inauguración con cerca de mil invitados. Martín Ferrand considera que esta apertura pone fin a la etapa “de rodaje” de Antena 3 Radio. Barcelona, que ofrecía once horas diarias de programación diferenciada, se convirtió enseguida en la primera emisora de la cadena por facturación. Asimismo, junto a Antena 3 SA se constituyó, en paralelo, otra sociedad, Antena 3 de Cataluña SA, con la vista puesta en conseguir un canal privado de televisión

en el territorio catalán, operación para la que contaban con el respaldo de empresarios como Javier de la Rosa o Joan Gaspart (Nogué y Barrera, 2006, p. 320).

Hay que tener en cuenta que el objetivo primigenio de Antena 3 SA era participar en un concurso para la concesión de canales una vez liberalizado el mercado de la televisión. La radio solo era el punto de partida de una operación que culminaría en 1990 con Antena 3 TV. En cualquier caso, la nueva cadena radiofónica echó a andar bajo la dirección de Martín Ferrand, como explica el que fuera subdirector general de Antena 3 Radio, Alfonso Cavallé (2021): “El proyecto estaba apoyado por Martín Ferrand y él fue el que unió todas esas patas, empezando por *ABC* y terminando por el extremo noroeste, con *La Voz de Galicia* y, lógicamente, el accionista más importante, que era el conde de Godó y *La Vanguardia*”. El éxito, no exento de las dificultades propias de poner en marcha desde la nada una emisora de radio, fue fulgurante, explica Cavallé:

Tenía claro (Martín Ferrand) lo que había que hacer. Los accionistas también tenían claro que el líder era él y que le tenían que dejar hacer. Y la gente de la que se supo rodear (...) Yo no he visto gente con más ilusión, con más vocación, para que aquello funcionase como un reloj. No había horas, no había esfuerzos... No había nada más que conseguir que eso fuese un éxito. Esa fue la gran fuerza de Antena 3 Radio: su gente.

Entre la plantilla destacaba la figura consolidada del periodista deportivo José María García, que se había convertido en un fenómeno sociológico a partir del éxito cosechado en la Cadena SER durante la década anterior. García se comprometió con Antena 3 Radio en marzo de 1982 y presentó sus principales espacios de deportes (Ferrer, 2016, p. 104). Sin embargo, a la sombra de su estrellato, surge una nueva figura que alcanzaría gran notoriedad: Antonio Herrero. Adoptando el talante crítico y reivindicativo del periodista deportivo, trasladó a la información general su peculiar estilo de hacer radio (Herrero-Tejedor, 2008, p. 313). Así lo hizo en *El primero de la mañana*. Luis Ángel de la Viuda (2020), que fue director de *Expansión* de la emisora, señala que Antena 3 Radio consiguió ser la cadena de radio que quería el público de entonces porque “tenía programas muy bien perfilados. Y los comunicadores, con García, que era el comunicador por excelencia de entonces. Daba más dinero que Luis del Olmo (a COPE)”.

3.2 Antena 3 Radio, una década de expansión, negocio e influencia (1982-1992)

En plena expansión, Antena 3 Radio absorbió Radio 80 en 1984, la otra emisora generalista que intentaba abrirse paso en la FM desde 1982, pero que no había conseguido encontrar su hueco. Fue promovida por EDICA y cinco bancos, y se federó en Cataluña con la sociedad Editora Catalana de Televisión y Radio SA, concesionaria de Catalunya 80, que se asoció a Radio 80. Esta absorción permitió a Antena 3 Radio ampliar su cobertura y crecer así de 68 a 79 emisoras. En 1990 su red

alcanzaba las 89 emisoras y en 1992 solo le faltaba llegar a cinco capitales de provincia: Girona, Guadalajara, Jaén, Huelva y Logroño. En todo caso, al contar con dos frecuencias en algunas demarcaciones, decidió poner en marcha una cadena musical, Radio 80 Serie Oro, que nació el 28 de enero de 1985 (Wert-Moreno y Legorburu, 2021, pp. 218-219). Asimismo, hacia el final de este periodo, Antena 3 Radio arranca, con una sola frecuencia inicial en Madrid, Radiolé, que salió al aire el 18 de febrero de 1991.

Hay que señalar que el éxito de audiencia de esta emisora y de Radio 80 Serie Oro fue muy significativo, como también lo fueron los resultados económicos de Antena 3 Radio. Dos años después de su arranque, el ejercicio económico de 1984 fue el primero con resultados positivos. En 1985, el beneficio se concretó en 200 millones de pesetas (1.202.000 euros). En 1987 rebasó los 500 (3 millones de euros), en 1988 alcanzó los 362 (2.175.664 euros); en 1989 los 975 (5.859.868 euros), en 1990 los 1.425 (8.564.422 euros), en 1991 los 1.489 (8.949.075 euros), 582 (3.497.820 euros) en 1992 y, en 1993, 615 millones de pesetas (3.696.150 euros) (ver gráfico 1). En 1991, las cadenas de Antena 3 Radio ya eran las que más cuñas publicitarias y minutos de publicidad radiaban, captando el 21,5% del total de las inversiones publicitarias en el sector, solo por detrás de la Cadena SER y las suyas.

Finalmente, en el invierno de 1989, Antena 3 Radio se convierte en la primera empresa de comunicación española en cotizar en bolsa. Para ello, aprueba una ampliación de capital mediante la emisión de 287.500 acciones que cotizarían en el mercado a un precio inicial de 1.000 pesetas (6 euros). Representaban el 25% del capital social de la compañía. El debut en la Bolsa de Barcelona se produce el 23 de enero, y en la de Madrid, el 6 de julio.

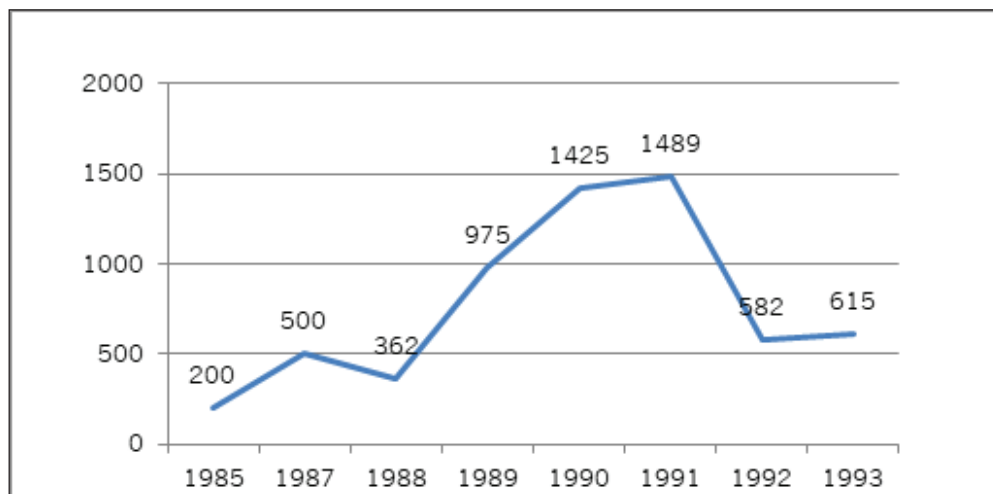
Sin embargo, el éxito de audiencia y económico no suponía necesariamente que hubiera armonía entre la dirección de la

cadena y su principal accionista. De la Viuda (2020) habla de dos mundos. Uno en torno a su propietario (“el mundo de Juan Tapia, etc.”) y otro en torno a Martín Ferrand: “Manolo tenía muchos enemigos en el entorno de Godó”. Cavallé (2021) profundiza en esta idea de la división, señalando que, cuando comenzó sus emisiones, Antena 3 Radio no representaba gran cosa dentro del Grupo Godó. Sin embargo, a medida que tomaba fuerza, los celos y las envidias se hicieron inevitables y llegó un momento en que las cúpulas directivas de *La Vanguardia* y de Antena 3 Radio acabaron enfrentándose: “los señores de *La Vanguardia* estuvieron diciéndole a Godó que qué era eso de que este medio volara por libre, tuviera sus opiniones y no compartiera la línea editorial del grupo”.

Entre tanto, en 1989, el Gobierno decidió regular la televisión privada en España, y la propuesta de Antena 3 SA obtuvo una de las tres licencias otorgadas el 25 de agosto. Para optar a este concurso, se había creado una sociedad específica, Antena 3 de Televisión SA, presidida por Godó, con un capital de 10.000 millones de pesetas (60 millones de euros). Sus accionistas eran Antena 3 Radio (7%), Grupo Godó (20%), así como diversos grupos de comunicación que sumaban un 10% y otras empresas que alcanzaban un 35%. Los bancos sumaban un 20% y el resto pertenecía a empleados y directivos de Antena 3 Radio y del Grupo Godó. Tras un mes de pruebas, inauguró sus emisiones el 25 de enero de 1990.

Así las cosas, justo en 1992, Antena 3 Radio celebró su décimo aniversario y, paralelamente, alcanzó el liderazgo de audiencia en la radio generalista, según la primera ola del EGM. Sin embargo, estas buenas noticias no contribuyeron a distender la tensión entre los directivos de Antena 3 Radio y los de *La Vanguardia*. En abril de 1992, Martín Ferrand pronunció en el Club Siglo XXI una conferencia titulada “La armadura del mensajero”, en la que afirmó que “de tapias, los cementerios están llenos”, una frase que, posiblemente, era una referencia velada al director de *La Vanguardia*, Joan Tapia.

Gráfico 1 – Beneficios de Antena 3 Radio (en millones de pesetas)



Fuente: Elaboración propia.

3.3 La televisión lastra al Grupo Godó y abre una crisis en Antena 3 Radio (1992)

1992 resultó ser un año muy convulso para el Grupo Godó, en general, y para Antena 3 Radio, en particular, debido a la mala situación financiera que venía arrastrando Antena 3 TV —que, en sus dos primeros años, no había conseguido ser rentable y requería de una cantidad ingente de recursos económicos— y al afán del por entonces presidente del Banco Español de Crédito (Banesto), Mario Conde, por hacerse presente en los medios de comunicación. Con respecto a la primera cuestión, Ekaizer (1994, p. 218) relata lo siguiente:

“(Antena 3 TV) había registrado desde su constitución, en 1989, pérdidas crecientes, lo que a su vez provocaba la descapitalización de la compañía (...) Pero el hecho es que las proyecciones a 31 de diciembre de 1991 sugerían que el endeudamiento bancario total podía alcanzar los 9.200 millones de pesetas y el *cash flow* resultaría negativo en 3.300 millones. Los accionistas deberían afrontar nuevas ampliaciones de capital si querían asegurar la continuidad de Antena 3 TV y Godó no tenía fuelle para aguantar”.

Tapia (2021) considera que el foco de la tensión se encontraba en que “esos malos resultados económicos de los primeros ejercicios de Antena 3 TV no estuvieran en consonancia con la previsión de Martín Ferrand, confiado en que la cadena sería viable sin más ayuda que la de sus accionistas”. Por su parte, Cavallé (2021) abre el foco a la situación económica del propio diario *La Vanguardia*, con un plan de recuperación e inversiones de gran calado, como una rotativa “gigantesca”.

Los contactos entre Banesto y el Grupo Godó comienzan en junio de 1991 y van estrechándose en otoño. El 21 de noviembre se firma un protocolo de intenciones —a ejecutar en tres meses— que pasa por la constitución de un *holding* participado por Godó en un 70% y por el banco en un 30%. El grupo editor aportaría el 52% de Antena 3 Radio, el 30% de TISA y el 90% del diario *Mundo Deportivo*. Paralelamente, Banesto tomaría el control de Serec, propietaria del 10% del capital de Antena 3 TV. Así, el 20 de febrero de 1992 nacia Inversiones Godó SA y se daba por sentado que Conde tendría capacidad de decisión sobre los cargos directivos (Ekaizer, 1994, pp. 209-221).

Justamente, la posibilidad de que el banquero tuviera una cuota de poder sobre *La Vanguardia* es la que hace que a Godó le asalten “muchas dudas” sobre la operación (Cabrera, 2015, p. 295), como confirma Tapia (2021):

“En principio, el Grupo Godó no tenía más inconveniente que el hecho de que Conde fuera ya entonces una figura discutida, como luego se terminó confirmando. Esa sociedad, que se planteaba con tanta influencia sobre *La Vanguardia*, termina dando al traste con cualquier acuerdo posible”.

Mientras el Gobierno reprocha a Banesto su tardanza en comunicar —como marca la ley— su entrada en el capital de Antena 3 TV a través de Serec, los meses transcurren sin avances en el acuerdo. Son semanas en las que se producen maniobras tanto desde el Gobierno como desde Banesto, que acentúan la desconfianza de Godó (Cacho, 1994). Finalmente, el Banco Español de Crédito no consigue una prórroga para ejecutar los preacuerdos, que acaban por caducar el 21 de mayo. El Grupo Godó abona la cláusula que lo obliga a recomprar Serec a Banesto gracias a un crédito de La Caixa de 6.000 millones de pesetas (36.060.726 euros, aproximadamente).

Entre tanto, Conde siguió con su empeño de controlar Antena 3 TV. Fracasada la opción Godó, se alió con Asensio y Rupert Murdoch, que se habían quedado fuera del concurso de la televisión privada. Entre la sociedad Renvir —de Asensio y Murdoch— y el banco consiguen hacerse con el 40% del capital. Aunque decide mantener el 25% de sus acciones en ella, Godó presenta su dimisión como presidente, y es sustituido por Asensio. Si bien, aparentemente, esta operación solo afectaba a la televisión, lo cierto es que resultó ser una cuestión clave en la crisis de Antena 3 Radio, tanto en lo que se refiere a la exacerbación de las diferencias entre el equipo directivo y la propiedad, como al acercamiento entre los grupos Godó y PRISA.

Ekaizer (1994) y Cacho (1994) sitúan a Martín Ferrand y a Rafael Jiménez de Parga como muñidores junto a Conde para que *La Vanguardia* formara parte del acuerdo. De hecho, para Tapia (2021), fue el fracaso del pacto con Banesto el que provocó la ruptura entre la dirección de la emisora y Godó. Todo apunta a que la idea era que, una vez perdida la mayoría sobre Antena 3 TV, Godó se planteara desprenderse de sus acciones en la cadena y, en ese momento, Conde y Asensio se lo facilitarían a cambio del 57,9% del capital de Antena 3 Radio. Sin embargo, Godó no tenía intención de vender sus acciones ni en la televisión ni en la radio.

El tira y afloja desemboca el 14 de julio en una reunión del Consejo de Administración de Antena 3 Radio, que tiene que ser levantado por Godó, según *La Vanguardia* (1992, p. 1), “al proferirse amenazas contra los representantes de la mayoría accionarial que controla la sociedad”, y según Antena 3 Radio, por otro motivo. Concretamente, según su nota de prensa, al exigir explicaciones al editor una mayoría de los consejeros sobre el estado de las negociaciones para la venta de sus acciones. Al responder Godó que tenía intención de venderlas y negarse a desvelar la identidad de los posibles compradores, los consejeros de *La Vanguardia* abandonaron la reunión, momento en el que el Consejo procedió a destituir a Godó y a designar presidente a Rafael Jiménez de Parga. Godó (Cruz, 2021, p. 265) relata así lo ocurrido: “aquel último (Consejo) se estaba poniendo tan duro que dije ‘¡se levanta la sesión!’”, pero no lo di por acabado, así que ellos aprovecharon para tomar una serie de decisiones, la primera de las cuales fue, precisamente, la de destituirme”. Tapia (2021) recuerda el episodio como “un ataque contra la propiedad que no se podía tolerar”.

Con respecto a la repercusión en los medios, *El País* (16 de julio de 1992) lo calificaba de “consejo conflictivo” y citaba fuentes que se alineaban con las tesis de Godó. *ABC* prefería centrar su información en la valoración que de lo sucedido hacía Martín Ferrand; mientras que *Diario 16* (1992, p. 60) y *El Mundo* (Bardají y De la Serna, 1992, p. 3) sacaban a colación a otros actores, como el financiero Javier de la Rosa, el presidente de la ONCE, Miguel Durán, o el empresario de medios italiano Silvio Berlusconi, que estarían esperando acontecimientos con la idea de aprovechar estas convulsiones en beneficio de sus propios proyectos.

Entre tanto, de forma previa a la crisis y paralelamente a las desconfianzas ya descritas entre Banesto y el Grupo Godó, Ekaizer (1994, p. 220) fecha en octubre de 1991 un primer almuerzo entre el presidente del Grupo PRISA, Jesús de Polanco, y Godó, en el que el primero le dice al segundo que “siempre es mejor un acuerdo entre editores, que pactar con banqueros”. La razón de ese acercamiento fue, según Cebrián (2021), la “incomodidad” que generaba Conde. Lo cierto es que, en ese verano de 1992, Cebrián y Tapia habían decidido desempeñar un papel más activo en esa relación que el primero (Cebrián, 2021) califica como “una especie de pequeño contubernio”. Tapia recuerda que los dos editores, “rápidamente, sin participación de él (Cebrián) ni mía, llegaron a perfilar un acuerdo”.

De esta forma, los grupos Godó y PRISA cierran su alianza el 22 de julio. El acuerdo se traduce en la entrada del grupo de Polanco en Inversiones Godó SA, que gestiona la mayoría accionarial de Antena 3 Radio. La operación tiene un coste de 4.000 millones de pesetas (alrededor de 24 millones de euros) e implica una participación del Grupo PRISA del 30% en el capital de *La Vanguardia* y del 10% del Grupo Godó en *El País*. Godó (Cruz, 2021, p. 265) rememora lo ocurrido:

“Las dos radios ganaban entonces bastante dinero, así que unirnos era ventajoso para las dos. De ahí ese ‘¡Unámonos!’ que terminamos diciendo Jesús y yo. La verdad es que yo estaba en apuros después de aquella tempestad, de modo que no me tuvo que convencer mucho (...) Jamás he visto a una persona que se portara tan bien conmigo como se portó entonces —y siempre— Jesús de Polanco... Valoramos el acuerdo, en función de lo que rentaban las dos cadenas, y lo cierto es que valían lo mismo. Yo pensé que, como puede suceder en los negocios, ya que me veía con dificultades después de aquel incidente, Jesús me iba a decir que la que yo representaba, Antena 3 Radio, valía menos. Pero eso no fue así en absoluto (...) El acuerdo, pues, se hizo enseguida y él fue quien llamó a Martín Ferrand y al resto del Consejo”.

Como describe Godó, sin perder tiempo, Polanco lo restituyó como presidente de Antena 3 Radio, para lo que consiguió el apoyo de Rafael Jiménez de Parga, que fue designado vicepresidente. En ese Consejo de Administración, Martín Ferrand presentó su dimisión. De la misma manera, llevó a cabo

gestiones con Prensa Española, que se había mostrado muy crítica con la operación, anunciando incluso acciones legales, y consiguió que vendiera su participación, aunque sin poder evitar en el proceso una *tercera* muy crítica con Javier de Godó firmada por su presidente, Guillermo Luca de Tena (1992, p. 3):

“El último de los Godó parece haber perdido el último resto de buen sentido: de otro modo sabría que los periódicos, las emisoras y todos los medios de comunicación no pertenecen solo a sus accionistas. Hay una vinculación moral entre las empresas informativas y sus lectores, entre las empresas y los profesionales (...) No solo los seguidores de Antena 3 Radio, también los lectores de Cataluña han sido vendidos, ignorados, traicionados”.

Asimismo, el Grupo PRISA aumentó su presencia en el capital con la adquisición del 4,7% de acciones de Paltrivia SA, otra sociedad del Grupo Godó; y en febrero de 1993, decidió llevar a cabo una oferta pública voluntaria de adquisición de acciones, con el fin de amortizarlas y reducir el capital.

Muy diferente fue la postura de los principales comunicadores de Antena 3 Radio, puesto que diecisiete de ellos, incluidos García y Herrero, firmaron un comunicado conjunto en el que mostraban su satisfacción por la destitución de Godó como presidente, al que calificaban de “negligente”. Finalmente, resuelta la operación de forma desfavorable para sus intereses, García y Herrero abandonaron la cadena camino de COPE, acompañados de Luis Herrero y Federico Jiménez Losantos, mientras los demás siguieron trabajando allí durante algún tiempo.

Justamente, fue en ese momento cuando se acuñó el ya mencionado término *antenicidio*, de largo recorrido en el tiempo, que vinculaba la operación no tanto con una iniciativa meramente empresarial, sino con el acoso del poder a determinados comunicadores, lo que propiciaba un evidente daño reputacional para el Grupo Godó (Ramírez, 1994, p. 28), que se prolongaría durante años, puesto que este asunto volvería a saltar a la palestra una y otra vez a lo largo de toda su peripecia judicial. Además, desde entonces, este caso fue empleado una y otra vez por los profesionales afectados como ejemplo paradigmático, cada vez que consideraban que se producía un atropello contra la libertad de expresión.

3.4 La alianza Godó-PRISA y la difícil supervivencia de Antena 3 Radio (1992-1994)

En su edición del día 28 de julio de 1992 (p. 21), *La Vanguardia* recalca que en la primera reunión del nuevo Consejo de Administración de Antena 3 Radio quedó claro que la voluntad del accionista mayoritario, el Grupo Godó, era seguir apostando por una “fórmula de radio convencional en clara competencia con todas las demás emisoras españolas” y que se contaba para ello con todo el personal. Sin embargo, el grupo catalán deja en manos de PRISA esta tarea, puesto que el Consejo de Administración efectúa nombramientos de su entera confianza:

Juan María Sainz (consejero delegado), Manuel Castellón (consejero secretario), Francisco Vela (director general) y Ventura García Estruch (gerente).

Conforme a las indicaciones de sus accionistas, el nuevo equipo se centró en mantener en el mercado la marca Antena 3 Radio. Sainz (2019) defiende que era posible la convivencia de esta con la Cadena SER: “todos los que estábamos allí lo pensábamos. Y yo creo que Godó también”. Cavallé (2021) confirma este extremo: “Sainz y yo pensábamos que igual le venía bien al Grupo PRISA que existiese otra emisora que tuviera un mensaje diferenciado de la Cadena SER”. Sainz (2019) recuerda que la consigna que transmitieron a los directores de las emisoras fue que la marca siguiera siendo “atractiva y moderna”. Les aseguraron que la empresa tendría continuidad, partiendo de la premisa de que se mantuviese la audiencia.

De esta forma, la nueva programación de Antena 3 Radio arranca el 21 de septiembre de 1992 bajo el lema “No cambiaremos nunca” y con una parrilla que pretendía transmitir una imagen de continuidad, en la medida que fuera posible, toda vez que sus dos principales estrellas, García y Herrero, ya trabajaban para la competencia. Poco después, el 24 de noviembre, se publica la primera ola del EGM con resultados muy desfavorables para la emisora, que desciende desde la primera hasta la quinta posición al perder más oyentes (1.643.000) que los que consigue mantener (1.462.000). Este mal resultado será decisivo para el futuro de la cadena, como ponen de manifiesto diferentes iniciativas.

Por un lado, en el otoño de 1992, el Grupo PRISA da algunos pasos que apuntan a la creación de una estructura empresarial bajo la que quedaría englobado su negocio radiofónico, que incluía la posibilidad de que desapareciera Antena 3 Radio. Una de las primeras acciones en este sentido fue la fusión de Radio 80 Serie Oro con Cadena Minuto, que se consideraban redundantes. Así, el 18 de enero de 1993 nació M80 Radio (Wert-Moreno y Legorburu, 2021, p. 224). Esta fusión dejó libres diales en Barcelona, Madrid y Sevilla, que fueron utilizados para abrir nuevas emisoras de la Cadena SER en FM. Ya por entonces, Cebrián (2021) apostaba por la fusión como la mejor opción: “Yo creo que, nosotros, honestamente, quisimos cubrir y mantener los dos proyectos de manera autónoma, pero es evidente que la realidad puso de relieve que era mejor pelear con una marca que con dos”. Poco después, Sainz acuerda su salida como consejero delegado.

En esa complicada coyuntura, el Grupo Godó consiguió mantener su apuesta por la continuidad, situando al frente de la cadena a un profesional de la editora, Eduardo Alcalde, que, además, había sido director de las emisoras de Antena 3 Radio en Barcelona y Valencia. Este conocía el plan de fusión que barajaba el Grupo PRISA, pues, según confiesa (2019), se lo mostró el propio Godó. Como respuesta, preparó un proyecto que sirviese para evitar “la pérdida de una emisora que ha sido histórica en estos últimos años”.

La nueva temporada arrancó con fichajes de relevancia, que tuvieron gran repercusión en los medios, como el de Concha

García Campoy —a la que se le encomendaron las mañanas (Dalmau, 2018)—, Javier González Ferrari o Hilario Pino. Alcalde (2019) cifra la inversión en 500 millones de pesetas (3 millones de euros, aproximadamente) para hacer de Antena 3 Radio una cadena “dinámica, agresiva, dirigida a la clase media media-alta, urbana, gente educada, con estudios, entre 25 y 50 años, profesionales liberales. Y de un amplio espectro político”. Sin embargo, reconoce Alcalde (2019), el proyecto habría nacido muerto, ya que, apenas echó a andar, recibió una llamada de Cebrián, que le dijo: “Oye, Eduardo, esto que estáis haciendo no va a ir adelante”. Él le contestó: “Pero esto no tiene ningún sentido, acabamos de hacer la presentación de la programación”. “Es igual —replicó Cebrián—, esto es una cosa en la que os habéis empeñado vosotros y no va a salir adelante”. De esta manera, ya sin oposición del Grupo Godó (Wert-Moreno, 2023, p. 387), el proyecto no llegó a durar ni una temporada.

3.5 Unión Radio, el vínculo del Grupo Godó con la radio estatal (1994-2022)

Los grupos Godó y PRISA decidieron unificar la gestión de sus activos en el mercado radiofónico en la sociedad Unión Radio, que recuperaba el nombre de la primera cadena española fundada en los años 20 del siglo pasado y precedente de la Cadena SER (Balsebre, 1999, p. 237). Delkáder justifica así su puesta en marcha:

“El problema de la radio es que tiene unos costes fijos muy altos, tiene un apalancamiento operativo alto. Si logras distribuirlo en su parte de estructura, entre muchos productos, abaratas mucho el umbral de rentabilidad de la programación. Ese era el diseño empresarial de Unión Radio y de los grupos PRISA y Godó”.

La constitución de Unión Radio abrió un rápido proceso de desmantelamiento de Antena 3 Radio, refrendado por la decisión de la Junta General de Accionistas celebrada el 20 de abril de 1994 de suprimir el Consejo de Administración, sustituyéndolo por un administrador único. Enseguida se vieron mermados los recursos de la cadena y su cobertura territorial, tanto por la “canibalización” de frecuencias para favorecer a las marcas radiofónicas del Grupo PRISA, como por la ruptura de los acuerdos con los grupos de comunicación propietarios de las emisoras de Galicia, las Islas Baleares, Navarra y el País Vasco, problema que se arrastraba desde el año anterior. Simultáneamente, la parrilla empezó a sufrir recortes severos, como la desaparición de los deportes.

Así, el recorrido de Antena 3 Radio no se prolongó más allá de lo que tardaron las autoridades competentes en autorizar la concentración. Cuando esta se produjo, cesaron las emisiones y se empleó un puñado de sus emisoras para poner en marcha Sinfo Radio-Antena 3, especializada en música culta, que comenzó sus emisiones el 19 de junio. Algunos trabajadores fueron recolocados en la Cadena SER —destacó el fichaje de Javier Ares—, pero otros muchos vieron extinguidos sus

contratos. Por último, el Consejo de Ministros aprobó un mes después el expediente de concentración que se había presentado en diciembre.

En paralelo, comenzó un largo proceso judicial, que se abrió el 1 de junio con la demanda que presentó un grupo de periodistas encabezados por Martín Ferrand ante el Servicio de Defensa de la Competencia, con acusaciones de competencia desleal y abuso de posición dominante. Por su parte, la Asociación de Radios Independientes presentó un recurso ante el Tribunal Supremo al considerar que se estaban infringiendo preceptos de la Ley de Defensa de la Competencia, que fue admitido a trámite. Este tribunal se pronunció seis años después, el 9 de junio de 2000, en que declaró improcedente la fusión y ordenó la desconcentración. Unión Radio reaccionó interponiendo un recurso ante el Tribunal Constitucional, que no fue admitido, y, en noviembre de 2001, el Gobierno le dio un plazo de dos meses para que ejecutase la sentencia, ultimátum que no se cumplió, lo que obligó al Supremo a urgir de nuevo al Gobierno un año después para que hiciese cumplir la ley (Iglesias, 2005, pp. 97-100).

Finalmente, el asunto quedó resuelto cuando, en febrero de 2005, el Gobierno del PSOE aprobó la ley de medidas urgentes para el impulso de la TDT y el cable, en la que introdujo un apartado relativo al mercado radiofónico, con la que se aumentaba el límite establecido para que la misma persona física o jurídica pudiera poseer concesiones administrativas sobre el mismo territorio, así como sobre el número máximo de emisoras. Modificado el marco legal, el Supremo dejó sin efecto la sentencia que obligaba a revertir la concentración y anuló el fallo de la Audiencia Nacional de 2004 en que se instaba al Tribunal de Defensa de la Competencia a establecer sanciones a los grupos PRISA y Godó. Este último tribunal, que acabó por dar la razón a los periodistas que reclamaron en su día, emitió un dictamen final en el que obligaba a Unión Radio a desprenderse de trece emisoras como condición para la concentración, una exigencia que el Gobierno terminó reduciendo a solo cinco frecuencias.

Los dos grupos habían mostrado una gran confianza en que la situación acabaría resolviéndose favorablemente, como lo demuestra el hecho de que, en 2002, Godó y Polanco solemnizaran los diez años de colaboración en el mercado radiofónico en la reunión anual de directores de emisoras de la Cadena SER. Ambos realizaron un balance positivo, haciendo hincapié en que los datos de audiencia avalaban la concentración.

Resuelto el contencioso, el 18 de agosto de 2005, ambos grupos hicieron público un acuerdo para integrar accionarialmente sus participaciones accionariales en la Sociedad Española de Radiodifusión SA y en Antena 3 Radio SA, mediante la aportación de la Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio SL (80% del Grupo PRISA y 20% del Grupo Godó) del 99,99% de la Cadena SER y del 100% de las sociedades Inversiones Godó SA (51,05% del Grupo

Godó y 48,95% del Grupo PRISA) y Paltrivia SA (50,93% del Grupo PRISA y 49,07% del Grupo Godó), que, a su vez, controlaban el 99,42% de Antena 3 Radio SA. En el mes de junio de 2006, ambos grupos reunificaron sus participaciones para integrar el Grupo Latino de Radio, la multinacional que gestionaba las cadenas de PRISA en el continente americano, con varios cientos de emisoras (Legorburu, 2008). La nueva Unión Radio pasaba a estar presidida por Polanco, con Godó como vicepresidente.

En 2017, PRISA procede a la fusión por absorción de las dos últimas sociedades ligadas a Antena 3 Radio, la propia Antena 3 Radio SA y Antena 3 Radio de Melilla SA. En mayo de 2022, los grupos PRISA y Godó anuncian que el segundo vende al primero el 20% que mantenía dentro de la sociedad PRISA Radio, la antigua Unión Radio. Desde el Grupo Godó se afirma que esta operación le permitirá desprenderse “de un activo en cuya gestión operativa no participaba”. Al dar cuenta de esta noticia, *El País* (2022) se refiere en su titular al porcentaje que Godó mantenía en la sociedad y destaca en el texto los pasajes del comunicado del Grupo PRISA en los que celebra la “simplificación” de la estructura y la “flexibilidad” que aporta a la compañía esta salida. *La Vanguardia* (2022, p. 42), por su parte, traza una cronología algo inexacta al afirmar que formó parte de “PRISA Radio” (sic) “desde sus orígenes en 1992, cuando se produjo la fusión de Antena 3 Radio, propiedad del Grupo Godó y de la Cadena SER, en manos de PRISA”, un relato que elimina tanto los dos años en los que Antena 3 Radio pervivió como emisora generalista con su nueva propiedad y gestión, como la denominación Unión Radio con la que nació la sociedad de servicios que aunaba los activos de ambas cadenas.

En todo caso, con esta venta, de escaso impacto tanto en el plano económico, como en el que se refiere al panorama de los medios de comunicación, terminaban casi treinta años de colaboración de los dos grupos en el sector de la radio en el ámbito estatal.

Sin embargo, de manera autónoma a su participación en Unión Radio, el Grupo Godó volvió a probar suerte en el ámbito radiofónico, aunque solo en el territorio catalán. Tras planearlo detenidamente desde 1998, el 1 de mayo del año 2000 salía al aire RAC1, que retomaba la denominación de la histórica Ràdio Associació de Catalunya y emitía completamente en catalán, y que sumaba con el tiempo un total de 24 emisoras en las cuatro provincias, además de en el Principado de Andorra. De los 17.000 oyentes iniciales, pasó a liderar la audiencia en Cataluña en 2009, y mantiene el primer puesto hasta el momento presente. Junto con esta emisora generalista, Godó puso en marcha también una cadena temática musical: RAC105. El propio Cebrián (2021) reconoce que ese proyecto se llevó a cabo sin que el Grupo PRISA fuese consultado o simplemente informado, lo que de alguna manera colisionaba con su acuerdo de colaboración; pero que se optó por “no generar un problema con eso”.

4. Discusión y conclusiones

La relevante posición del Grupo Godó en el mercado radiofónico español se modificó profundamente en el verano de 1992. De ser un operador con aspiraciones de liderato —el EGM situaba a Antena 3 Radio como la emisora generalista más escuchada y, entre las musicales, Radio 80 Serie Oro y Radiolé tenían una progresión excelente—, pasó a desempeñar un rol progresivamente subsidiario. El motivo estuvo en la entrada en su accionariado de uno de sus principales competidores, el Grupo PRISA, propietario de la Cadena SER y de sus marcas musicales.

No es fácil precisar qué actitud tuvo el presidente de la editora catalana, Javier de Godó, durante los dos años en los que el Grupo PRISA estuvo al frente de la toma de decisiones sobre Antena 3 Radio y sus emisoras. No hay que olvidar que, en un breve plazo de tiempo, el nuevo gestor hizo suya la pujante Radiolé, transformó Radio 80 Serie Oro en M80 Radio al fusionarla con Radio Minuto, e inició un proceso de fusión entre Antena 3 Radio y la Cadena SER que culminó con la desaparición de la emisora que había conseguido desbancarla del liderato de la audiencia por primera vez en décadas. Hay que señalar que, una vez recuperado ese estatus, no lo ha perdido hasta el momento presente.

Los testimonios recabados apuntan a una cierta resistencia a los planes de constitución de la por entonces denominada Corporación Radiofónica. Justamente, esa parece ser la razón que más pesó para que se llegara a diseñar y poner en antena un segundo proyecto de programación para Antena 3 Radio en septiembre de 1993 después del rápido desplome de la audiencia. Dicho proyecto no llegaría siquiera a completar el curso radiofónico, puesto que, apenas comenzar 1994, se constituyó Unión Radio y comenzó el desmantelamiento de Antena 3 Radio sin que esta vez el editor catalán opusiera resistencia alguna, como subraya Wert-Moreno (2023, p. 390).

Este desenlace terminó por ensombrecer al Grupo Godó en la escena de los medios de comunicación a escala estatal. Si bien no puede negarse que las maniobras de Javier de Godó sirvieron para solventar los acuciantes problemas económicos por los que atravesaba su Grupo, arrastrado por Antena 3 TV, la pérdida de presencia e influencia fue muy significativa. Tendrían que transcurrir treinta años hasta que, como desvela Wert-Moreno (2023, pp. 389-390), al dar por finalizada su colaboración con el Grupo PRISA en el sector radiofónico, la empresa reconociera que “no participaba en su gestión operativa”.

Hay que señalar que las tres décadas de colaboración entre ambos grupos editoriales tuvieron un desarrollo muy diferente a lo que ellos mismos planteaban cuando alcanzaron el acuerdo de julio de 1992. Se hablaba de futuros proyectos conjuntos en el campo de los medios de comunicación que tampoco propiciaron resultados tangibles más allá de Unión Radio. En este sentido, resulta evidente que esa presencia subsidiaria en la principal compañía radiofónica de España no terminaba de satisfacer las aspiraciones del Grupo Godó, como pone de

manifiesto la puesta en marcha, al margen de sus socios, del proyecto de RAC1 (y RAC105).

Se confirma así la temprana impresión de Barrera (1995, p. 195) acerca del nuevo papel de Javier de Godó en el panorama de los medios de comunicación de ámbito estatal: “de ser uno de los grandes empresarios de la comunicación ha pasado a convertirse en una figura más bien secundaria y ya no decisiva”. Wert-Moreno (2023, p. 390) concluye que esta operación dejó “difuminado” al Grupo Godó en el panorama mediático nacional, ya que sostiene que el acuerdo firmado con PRISA en 1992 dibujaba un escenario “en pie de igualdad” que nunca llegó a materializarse. La cuestión es que, en este caso, no fue por un tropiezo empresarial de este grupo periodístico relacionado con su actividad en el ámbito de la prensa escrita, sino que el elemento decisivo tanto en el ascenso como en su descenso resultó ser, justamente, la radio. Justamente, una futura e interesante línea de investigación podría centrarse en el afán renovado del Grupo Godó de potenciar su influencia mediante la radio, en este caso, mediante la emisora RAC1, con la que, como se ha dicho, ha conseguido liderar la audiencia en Cataluña desde 2009.

Referencias

- ABC de Sevilla (16 de julio de 1992). Martín Ferrand: “Godó burla el derecho preferente de compra”. *ABC de Sevilla*, p. 108.
- Alfárez, A. (1986). *Cuarto poder en España: la prensa desde la Ley Fraga de 1966*. Plaza & Janés.
- Balsebre, A. (1999). *En el aire. 75 años de radio en España*. Promotora General de Revistas.
- Balsebre, A. (2002). *Historia de la radio en España*, Vol. II (1939-1985). Cátedra.
- Bardaji, J., y De la Serna, V. (17 de julio de 1992). Antena 3 Radio, otro capítulo del culebrón. *El Mundo* (Suplemento Comunicación), p. 3.
- Barrera, C. (1995). *Sin Mordaza. Veinte años de prensa en democracia*. Temas de Hoy.
- Cabrera, M. (2015). *Jesús de Polanco (1929-2007)*. Galaxia Gutenberg.
- Cacho, J. (1994). *Mario Conde: un intruso en el laberinto de los elegidos*. Temas de Hoy.
- Cruz, J. (2021). *Ciudadano Polanco. Los hechos de una vida*. Debate.
- Dalmau, M. (2018). *Concha García Campoy: la gran ilusión*. Plaza & Janés.
- Davara, F.J. (2005). Los periódicos españoles en el tardofranquismo. Consecuencias de la nueva ley de prensa. *Revista Comunicación y Hombre*, 1, 131-147.
- Diario 16* (16 de julio de 1992). De la Rosa, las fusiones, Polanco y los profesionales. *Diario 16*, p. 60.
- Dobón-Roux, P. (2017). *Historia de Antena 3 Radio (1982-1994)*. Tesis doctoral inédita. Universidad de Navarra.

- El País*. (16 de julio de 1992). Godó considera ilegal su destitución y anuncia el despido de Martín Ferrand". *El País*. https://elpais.com/diario/1992/07/16/radiotv/711237628_850215.html
- El País* (3 de mayo de 2022). PRISA compra el 20% de la filial de radio que mantenía el grupo Godó". *El País*. <https://elpais.com/economia/2022-05-03/prisa-compra-el-20-de-la-filial-de-radio-que-mantenia-el-grupo-godo.html>
- Ekaizer, E. (1994). *Banqueros de rapiña*. Plaza & Janés.
- Ferrer, V. (2016). *Buenas noches y saludos cordiales. José María García: historia de un periodista irrepetible*. Córner.
- Iglesias, F. (2005). *Concentración y pluralismo en la radio española*. EUNSA.
- Jiménez de Parga, M. (2008). *Vivir es arriesgarse*. Planeta.
- Jiménez Losantos, Federico (25 de octubre de 1992). La pringosa década. *ABC*, p. 28.
- Herrero-Tejedor, L. (2008). *En vida de Antonio Herrero*. La Esfera de los Libros.
- La Vanguardia* (15 de julio de 1992). Javier de Godó levanta el Consejo de Administración de Antena 3 Radio. *La Vanguardia*, p. 1.
- La Vanguardia* (28 de julio de 1992). Antena 3 Radio mantendrá su fórmula actual para competir con todos". *La Vanguardia*, p. 21.
- La Vanguardia* (4 de mayo de 2022). Grupo Godó acuerda con PRISA la venta del 20% de PRISA Radio". *La Vanguardia*, p. 42.
- Legorburu, J.M. (2008). Iniciativas de expansión radiofónica en Iberoamérica; el Grupo Latino de Radio. En: J. M. Moreno, y F. Sierra (Coords.). *Comunicación y cultura en Iberoamérica: el reto de las políticas públicas en la sociedad global* (pp. 287-302). Visión.
- Luca de Tena, G. (24 de julio de 1992). Las traiciones de Javier de Godó. *ABC*, p. 3.
- Martín Ferrand, M. (1991). Presente y futuro de Antena 3. En: A. Faus (Ed.). *Radio y universidad: treinta años de radio en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra* (pp. 21-45). Universidad de Navarra.
- Nogué, A., y Barrera, C. (2006). *La Vanguardia: Del franquismo a la democracia*. Fragua.
- Ramírez, P.J. (12 de julio de 1994). A mayor concentración, menor pluralismo y menor calidad de vida democrática. *El Mundo*, p. 28.
- Wert-Moreno, J.I. (2023). *El proyecto del Grupo PRISA en Antena 3 Radio (1992-1994): más allá del "antenicidio"*. Tesis doctoral inédita. Universidad San Pablo-CEU.
- Wert-Moreno, J.I., y Legorburu, J.M. (2021). De Radio 80 a M80 Radio: 36 años de metamorfosis sonora (1982-2018). *Index Comunicación*, 11(2), 209-229. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Deradi>