




---

 PORTADA
 

---

 INFORMACIÓN GENERAL
 

---

 CONSEJO EDITORIAL
 

---

 ENVÍO DE ORIGINALES
 

---

 NÚMEROS ANTERIORES
 

---

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS
 

---

 CREATIVE COMMONS
 

---

 BÚSQUEDAS
 

---

 CONTACTO
 

---

Google DENTRO DE C&amp;S

 OK


Reseña /

Alfonso Nieto

## Concentración informativa en España: Prensa Diaria

Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra S.A., Colección Ciencias de la Información, Serie Universitaria

Alfonso Nieto Juan Manuel Mora Concentración informativa en España: Prensa Diaria Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra S.A., Colección Ciencias de la Información, Serie Universitaria, 1989, 746 pp. Una cuestión polémica que ha provocado encendidos y enardecidos debates en los sectores afectados por la pureza en la obtención, tratamiento y difusión de informaciones e ideas, es la realidad económica y jurídica de la propiedad de los medios de información que son los canales naturales de dicha difusión. Los grupos más combativos y recelosos prejuzgan, sin atenuante alguno, que el dominio y control de los medios de comunicación influyen decisivamente en el contenido de la información difundida, entenebriéndola o desvirtuándola, puesto que se halla sujeta a los intereses particulares de las personas o entidades titulares de aquellos medios. Proclamar con plena convicción la libertad de información, que implica necesariamente el triple juego de libertades: libertad de fuentes, libertad de difusión, y libertad de empresa informativa, reclama de suyo la independencia de las redacciones frente al poder empresarial, político y social. Así, como ha notado paradigmáticamente Desantes, surgen tres planos en el ejercicio de la información que configuran nítidamente la acción del informador en el ámbito de su dependencia del ente económico-jurídico que hace posibles los productos informativos, esto es, la empresa informativa, y que, hoy, tras la Declaración de Derechos Humanos de 1948 y la expresión rotunda de su artículo 19, el titular de la información es el sujeto universal, de donde deviene propietario de la misma, como con viva agudeza han subrayado Nieto y Soria. A la vista de este esbozo teórico, cabe preguntarse: ¿A qué obedecen los sucesivos y reiterados análisis de las realidades empresariales informativas, encaminados a esclarecer sus áreas de influencia y hegemonía, y sus conexiones o alianzas recíprocas? Simplemente, al temor de la pérdida de pluralismo de opinión, al reducirse las posibilidades de una expresión libre e independiente. Testigos de esta inquietud son los redoblados informes franceses debidos a Serisé, Drancourt, y el más celebrado Vedel; los estudios de Nixon y Hahn; el Informe de la Comisión Günther; las resoluciones del Consejo de Europa, y los estudios de la Comisión de las Comunidades Europeas, por citar los más concluyentes, sin olvidar el Informe McBride, de Unesco. La raíz de estas preocupaciones, en algunos casos obsesivas, es el fenómeno de la concentración de la prensa, agravado en estos tiempos por la aparición de los grandes grupos informativos multinacionales y las empresas (multimedia). Acaba de aparecer un notabilísimo estudio que escudriña los recovecos más íntimos de este fenómeno empresarial periodístico en España. El Prof. Dr. D. Alfonso Nieto, primer catedrático de Empresa Informativa de la Universidad española, disciplina que abarca científicamente todas las cuestiones que atañen a la gestación, desarrollo y actuación del sujeto organizado de la Información, en terminología de Desantes, y, por tal primacía, iniciador de una escuela fecunda, ha dado a la estampa, junto con el Dr. D. Juan Manuel Mora, colaborador y fruto reciente de esa escuela, la investigación más cuidada, detallada y profunda que se ha llevado a cabo hasta hoy en este campo de la prensa hispana. Su trabajo Concentración Informativa en España: Prensa Diaria penetra hasta los estratos más significativos de las empresas de prensa españolas, y pone de relieve los singulares aspectos de su explotación, evolución financiera, constitución jurídico-mercantil y relaciones intersocietarias, que contribuyen a perfilar un cuadro completo del estado actual de la industria de prensa en España. A este fin, los autores han centrado su investigación en un período denso en cambios, que han afectado a un buen número de periódicos, tanto en lo que se refiere a su desaparición o a la publicación de nuevos títulos como a la implantación de nuevas técnicas de composición, impresión y distribución, como al pluralismo informativo y su correlativa acción en la opinión pública. De ahí el interés que reviste la exposición detallada de los diferentes factores que impulsan o determinan los variados procesos de concentración estudiados, y los niveles jurídicos y empresariales en que se materializan. Al mismo tiempo, la investigación que se comenta es continuación de la primera que apareció en España ocupándose de estas materias, es decir, La empresa periodística en España, original también del Prof. Nieto, en la que examina el estado de la cuestión entre los años 1960 a 1970, ofreciendo datos inéditos hasta entonces, y de una fiabilidad contrastada, dada la esforzada investigación en todo tipo de fuentes, y, en especial, de dos particularmente esclarecedoras: los datos de contribución de los diarios españoles a la Institución San Isidoro desde el año 1944, y los correspondientes al consumo anual de papel prensa. Ambas aportaciones, contrastadas con la información ofrecida por la Oficina de Justificación de la Difusión (O.J.D.) a partir de 1965, sientan de modo firme las bases de estudio de la difusión de la prensa española, con sus correlativos índices de penetración provincial, concentración por títulos y empresas, estructura económica de las empresas periodísticas, y política de explotación mercantil. Igualmente, el libro se ocupaba, por primera vez también en el campo de estos estudios, de la titularidad de las empresas de prensa, y en el caso de las privadas, de su configuración jurídico-mercantil y distribución del capital social, en los supuestos en que esta circunstancia se produce. Se ve claramente que estos antecedentes iluminan y encauzan la labor investigadora acrecida, perfilada, profunda y rigurosa materializada en el trabajo que se reseña. Se abre el volumen con una exposición doctrinal acerca de los conceptos de empresa, economía de la empresa informativa, concentración empresarial, y los procedimientos más adecuados para la evaluación de este fenómeno. En el capítulo se reafirman orientaciones científicas ya asentadas en la labor magistral del Prof. Nieto y en su bibliografía básica que, aparte del libro antes citado, comprende textos como El Concepto de Empresa Periodística, La Prensa Gratuita, Cartas a un Empresario de la Información, o Cláusula de Conciencia y Empresario de la Información, por nombrar los pilares de la disciplina. De ese modo adquieren renovado vigor como cauce o guía del trabajo intelectual que las diversas cuestiones polémicas o pacíficas alojadas en el área de la empresa informativa plantean al estudioso. Este es el caso de Concentración Informativa en España: Prensa Diaria, puesto que el hecho de la concentración ha adquirido tal relevancia, que su examen crítico a fondo deviene inexcusable. Así ha ocurrido en otros espacios económicos, como el de la industria española, que ha motivado el trabajo de Jordi Jaumandreu y Gonzalo Mato, "Concentración industrial en España 1973-81" Documento de

Trabajo 85-04, "Programa de Investigaciones Económicas de la Fundación Empresa Pública", y el del propio Mato, "Medida y determinantes de la concentración industrial. Una aplicación al caso español", tesis doctoral leída en 1986 en la Universidad Complutense. Importa subrayar la reflexión que los autores hacen de los conceptos de beneficio en la empresa informativa, y de mercado de la información, puesto que ambos parámetros empresariales adoptan una singular función en la economía de la empresa periodística. En efecto, el beneficio de la prensa no sólo afecta a su sanidad económico-financiera, como sucede en el común de las industrias, sino que la acción informativa eficaz que crece al ritmo de una explotación eficiente que se traduce en resultados contables positivos, se expande en las diversas capas sociales robusteciendo la opinión pública y fortaleciendo al emisor en el típico efecto feedback. Por su parte, el mercado de la información se organiza en torno a dos bienes característicos: la información periodística materializada en soportes impresos, y la información publicitaria, que la acompaña en un único producto informativo: el periódico impreso. De ahí, el capítulo de ingresos por ventas y suscripciones, y el de publicidad, esencialmente interconectados e interdependientes. Y de su contraste y resultados, la presencia de la ayuda del Estado a la prensa como remedio financiero y garantía de perdurabilidad de los periódicos en crisis, portavoces de opiniones plurales. El capítulo segundo estudia de modo puntual la concentración informativa discerniendo las diversas variables que concurren en los procesos de concentración, sus manifestaciones genéricas e implicaciones y relaciones con el marco general de libertades de la información: libertad de edición, libertad de expresión y derecho humano a la información. En esta línea, los autores han elaborado un cuadro de medidas anticoncentración que van desde las ayudas económicas del Estado a las ayudas de la prensa a la prensa – noción feliz por lo original y acertada –, pasando por un catálogo de medidas jurídico-institucionales de precisa eficacia. Quedan trazados así los rasgos determinantes del fenómeno, sus efectos y correctivos, y su principal posición como antagonista del pluralismo informativo. La parte final de la obra constituye la esencia nuclear de la investigación puesto que, como datos previos para la diagnosis de la concentración de la prensa en España, analiza todas y cada una de las facetas que presenta la difusión de series estadísticas elegidas para regir los datos obtenidos, como a las múltiples inferencias y relaciones que establece entre ellos, con lo que llega a formular estimaciones acabadas respecto a los procesos y niveles de concentración. El paso siguiente de la investigación es dar cuenta analítica del grado de concentración relativo a los titulares de las empresas de prensa, por lo que presenta una completa información acerca de la forma jurídica adoptada por las empresas estudiadas, su composición societaria, la división del capital en el supuesto de los empresarios sociales, la posición mayoritaria de socios destacados, los casos de consejeros comunes y de participación plurisocietaria, y, en definitiva, la expresión coordinada y ajustada de datos registrales y societarios que permite refrendar la opinión fundada de los autores referida al nivel de concentración de prensa diaria en España, con sus lógicas e inevitables consecuencias. Cierra el libro un excelente aparato estadístico-documental, ciertamente minucioso y pródigo en datos de la más variada especie, que ilustra el movimiento de la difusión de los diarios entre los años 1975-1986, diversificando supuestos, con lo que proporciona cuadros individuales de informaciones sectoriales de alto interés. Igualmente se ofrece información sobre la estructura de propiedad en las empresas seleccionadas, con datos empresariales significativos, y un listado de socios participantes en las sociedades titulares de dichas empresas, así como de otro grupo numeroso de empresas periodísticas investigadas a este fin. Resulta, por tanto, el libro reseñado, un excelente instrumento de estudio y análisis para investigadores y profesionales de la información y de otros campos conexos, por la densidad y variedad de los resultados obtenidos, y por las reflexiones hondas, enjundiosas y sugerentes que ponderan el fenómeno estudiado. Por parte de la comunidad científica hay que saludar con alborozo la aparición de este trabajo, que con tan esmerado rigor afianza las bases científicas de esta área de la comunicación social. JOSE TALLON

**Jose TALLON**

arriba