



Pionero de la empresa informativa



Alfonso Sánchez Tabernero

EN 1967 TUVO LUGAR LA GUERRA de los Seis Días entre Israel y una coalición de países árabes. Ese mismo año comenzó la dictadura militar griega; Yemen del Sur se independizó de Gran Bretaña y en España el Tribunal Supremo declaró ilegal al sindicato Comisiones Obreras. En el ámbito de la comunicación, los Beatles lanzaron su famoso disco *Sgt. Pepper's*, *Life* recibió el prestigioso National Magazine Award y se produjo la primera transmisión global de televisión por satélite. También en 1967 se publicó la primera monografía en lengua castellana –y una de las primeras del mundo– sobre aspectos económicos y

de gestión de compañías propietarias de medios informativos: *El concepto de empresa periodística*; el autor fue **Alfonso Nieto**, que inició entonces una tarea docente e investigadora que se prolongó durante casi medio siglo.

Los estudios de Empresa Informativa –disciplina que en inglés ha acuñado el nombre de *Media Management and Economics*– han florecido en las últimas décadas: se publican revistas internacionales especializadas –como el *Journal of Media Economics*, el *International Journal on Media Management* o el *Journal of Media Business Studies*–, se han creado

asociaciones internacionales, hay másteres sobre esas materias y varios centenares de profesores investigan y enseñan cómo se gestionan las empresas de comunicación.

El desarrollo de esta disciplina científica es paralelo al crecimiento de las compañías y a la comercialización de los mercados: hasta los años ochenta, los medios audiovisuales en Europa estaban controlados por los gobiernos nacionales, y la prensa pertenecía casi siempre a familias que tenían más interés en influir en la opinión pública que en lograr grandes beneficios.

“En época no lejana se calificó a la prensa de cuarto poder; actualmente el poder de comunicar es poder cero. En ocasiones, ese poder domina sobre los que dominan, decide sobre los que deciden, juzga a los que juzgan, crea modas y las destruye; de hecho, está en la raíz de otros poderes. Otras veces, el poder cero alcanza su máxima nobleza y es poder para servir a quienes no tienen poder, para procurar el bien común, para desvelar injusticias que, de otro modo, quedarían ocultas”.

Extracto de su discurso de investidura como doctor *honoris causa* de la Universidad Austral, Argentina (2002).

Cuenta **Robert Picard** –que desarrolló una tarea similar a **Nieto** en Estados Unidos– que en esa época decidió reunir a los profesores universitarios que se dedicaban al *media management* y sólo descubrió un puñado de nombres: **Toussaint** en Francia, **Gustafsson** en Suecia, **Richieri** en Italia, **Schönbach** en Alemania, **Nieto** en España y muy pocos más. Ellos fueron los impulsores de un nuevo campo científico, que ha permitido entender mejor y perfeccionar los sistemas de gestión de las empresas informativas.

A **Nieto** siempre le apasionó la posibilidad de intuir el futuro, siempre quiso estar en el origen de los cambios. Era un pensador a quien no le interesaba describir los fenómenos del pasado, lo que había sucedido en el mercado de la comunicación. Renunciaba a las tareas fáciles o irrelevantes y disfrutaba, en cambio, dedicando su abundante energía creativa a afrontar retos casi imposibles; por ejemplo, en su último trabajo, que no llegó a concluir, buscaba un método para medir los aspectos intangibles de las empresas, en los que residen sus verdaderas ventajas competitivas.

Aunque **Nieto** estuvo al frente de varias tareas de gestión en la Universidad de Navarra –fue director del Instituto de Periodismo (1969-72), decano de la facultad de Ciencias de la Información (1972-74) y rector (1979-1991)– no dejó de publicar artículos y monografías sobre la materia que él mismo ideó. Sabía que, como el deportista necesita el entrenamiento diario para no perder la forma, el profesor universitario debe tener entre manos un desafío intelectual que más adelante se concretará en un texto: la publicación será precisamente la prueba de haber aportado algo de luz a ese problema.

Tras su primera monografía, los principales libros de **Alfonso Nieto** en el ámbito del *media management* reflejan su empeño

HITOS

- Primer catedrático de Empresa Informativa en España (1976).
- Publicó 14 libros, entre los que destacan *El concepto de empresa periodística* (1967), *La empresa periodística en España* (1973), *La prensa gratuita* (1984), *Cartas a un empresario de la información* (1987), *Concentración informativa en España: Prensa diaria* (1989) y *Empresa Informativa* (1993).
- *La prensa gratuita* y *Cartas a un empresario de la información* los escribió siendo rector. **Francisco Ponz**, su predecesor en rectorado, le aconsejó investigar dos horas al día. Y así lo hizo: “Había días que me quedaba sin comer, pero todas las semanas procuraba sacar diez horas, y en verano muchas más”.
- Recibió invitaciones de numerosas universidades e instituciones internacionales, entre ellas la del departamento de Estado del Gobierno de Estados Unidos, para impartir conferencias y lecciones sobre empresa periodística en 21 universidades norteamericanas.

por adelantarse a su tiempo. En *La empresa periodística en España* (1973), **Nieto** explica que los medios españoles van a emprender una transición de un entorno más bien ideológico y literario a una realidad predominantemente comercial. En *La prensa gratuita* (1984) vaticina la eclosión

de ese sector periodístico, que tendrá lugar quince años más tarde. En *Cartas a un empresario de la información* (1987) detecta los problemas que generará la evolución de la propiedad familiar –con editores comprometidos con sus productos– a las compañías que cotizan en bolsa y se obsesionan con los resultados a corto plazo. En *Concentración informativa en España: Prensa diaria* (escrito con **J. Mora** en 1989) estudia ese fenómeno poco antes de que el Parlamento Europeo se plantee poner límites a las posiciones dominantes en el mercado de la comunicación. En *Servicios comerciales de información* (escrito con **A. Sánchez-Tabernero** en 1996) anticipa la aparición de los servicios de información y entretenimiento que los usuarios podrán recibir en sus ordenadores personales, hecho que se popularizaría poco después con el desarrollo de internet.

Sólo una monografía suya escapa a ese empeño por descubrir nuevos panoramas: se trata de su famoso manual, *Empresa informativa*, escrito con **Paco Iglesias** en 1993. Publicó esa obra para ayudar a sus alumnos, a los que siempre atendió con gran dedicación y generosidad. Quizás sin saberlo del todo, quería que quienes se formaban junto a él compartieran su coraje y su magnanimidad.

Alfonso Nieto tuvo muchos discípulos pero también tuvo un maestro en el ámbito de la opinión pública: aprendió de **San Josemaría Escrivá**, Fundador de la Universidad de Navarra, la relevancia de las profesiones de la comunicación y el papel central de los propietarios, directivos y gerentes de medios en la configuración de la sociedad. Esa enseñanza explica en buena parte la generosidad y el sentido épico con el que afrontó toda su vida.

Alfonso Sánchez Tabernero es vicerrector de Relaciones Internacionales de la Universidad de Navarra y catedrático de Empresa Informativa.