

Aproximación a los estudios sobre economía de la comunicación en España (1897-1988)*

Daniel E. Jones

Los estudios científicos sobre la cultura y la comunicación desde una perspectiva económica —es decir, sobre las industrias y servicios culturales y comunicativos— no han sido hasta ahora demasiado numerosos. Esta situación, que resulta a primera vista incomprensible en el panorama internacional debido a la extensa bibliografía existente sobre temas culturales y comunicativos desde todo tipo de perspectivas académicas, ha adolecido de una relativa pobreza en el caso español, por lo menos hasta épocas recientes, acorde con el desfase existente aquí en este campo.

Los analistas que se han ocupado de estos fenómenos sociales han sentido cierta repugnancia —sobre todo en Europa y particularmente en España— por cualquier pretensión de establecer relaciones entre la cultura y la economía, entre el espíritu y la materia. Así como no han tenido reparos en estudiar todo tipo de cuestiones relativas a la cultura y la comunicación desde perspectivas muy diversas —como la histórica, la jurídica, la semiótica o la sociológica—, han preferido marginar el análisis económico¹.

Esta postura se ha visto enormemente favorecida por el hermetismo que ha caracterizado la actividad de las empresas o instituciones —públicas o privadas, nacionales o transnacionales— dedicadas a la producción y comercialización de este tipo de bienes o servicios desde que comenzara su actual fase industrial a finales del siglo XIX (BUSTAMANTE 1987)².

* El autor agradece las observaciones y aportaciones realizadas por el Dr. Héctor Borral.

¹ Inclusive, quienes se han ocupado de la evolución teórica y académica de la investigación en comunicación en España, han ignorado hasta ahora la existencia de los estudios de carácter económico, bien por desconocimiento, bien por asimilarlos arbitrariamente a otras parcelas o perspectivas. Ejemplos de lo que se acaba de afirmar se encuentran en autores como MORAGAS (1981 y 1988), URABAYEN (1982), EQUIZA ESCUDERO (1986), CASASÚS (1987) o GIREU (1988), o bien en los trabajos de recopilación bibliográfica de organismos como IBERCOMNET (Madrid), no obstante lo meritorio de su labor.

² Que no abunden en España estudios económicos sobre los fenómenos comunicativos se debe en gran parte al ocultamiento sistemático de información por parte de las empresas del sector. Incluso

El concepto de la «industria cultural», acuñado por Adorno y Horkheimer hace cuatro décadas, ha sufrido distintas interpretaciones a lo largo de este período (HORKHEIMER & ADORNO, 1974; GIRARD, 1982; MATTELART & PIEMME, 1982). Los autores de la Escuela de Francfort, desde una perspectiva «apocalíptica», es decir, desde la alta cultura humanística, consideraron que la industria cultural suponía una ruptura definitiva de la verdadera cultura, al transformarla en bien económico que se intercambia en el mercado como los demás productos industriales masivos.

Sin embargo, de las referencias bastante generales y globales a la economía y al poder se puede deducir claramente que el verdadero objeto de los análisis de Horkheimer y Adorno no fue la industria cultural en sí, sino su producto supuesto: la cultura de masas. «Es éste, en efecto, el concepto en el que parece descansar en definitiva toda la reflexión y el de la industria cultural sirve meramente para respaldarlo» (MATTELART & PIEMME, 1982: 64).

Los autores de la Escuela de Francfort, al igual que otros intelectuales humanistas de corte elitista, como podrían ser también los radicales norteamericanos (MACDONALD, 1974), condenan la cultura de masas porque su proceso de elaboración y distribución va en detrimento de una cierta concepción sacralizadora del arte y de la cultura clásicos. Se advierte en su postura «el eco de una vigorosa protesta letrada contra la intrusión de la técnica en el mundo de la cultura» (MATTELART & PIEMME, 1982: 65).

El concepto de «industria cultural» se ha ido desgastando con el tiempo. En los Estados Unidos surgió en 1962, de la mano del economista Fritz Machlup, la expresión de «industria del conocimiento», más pragmática y general, para medir la participación creciente de este sector industrial en el producto nacional bruto, más que para lanzar diatribas contra la mercantilización de la cultura y el final del trabajo creativo individual (MACHLUP, 1962).

Algunos años más tarde, asimismo, el alemán Hans Magnus Enzensberger acuñó el término de «industria de la conciencia», fundamentalmente para denunciar la incapacidad de la izquierda europea de utilizar los medios electrónicos de comunicación en la lucha política (ENZENSBERGER, 1972).

Por su parte, la teoría de Machlup dio origen, tiempo después, a una nueva —la de la «sociedad de la información»³—, que pretendió ser mucho más ambiciosa que las

se llega a un enmascaramiento tal de la realidad que las informaciones de carácter económico sobre la actividad cultural y comunicativa suelen aparecer en la prensa —cuando aparecen—, no en la sección de «economía», sino en la de «sociedad», «cultura» o, más recientemente, «comunicación». Sin embargo, un tipo de estudio que sí ha prosperado en España, al igual que en otros países de economía capitalista, es el de análisis de mercados, márketing, control de audiencias e inversiones publicitarias, promovido por los propios actores del subsistema comunicativo —anunciantes, agencias publicitarias y medios—, como bien ha explicado MORAGAS (1988).

³ En cierta medida, las teorías de la «sociedad de la información» y del «postindustrialismo» pueden ser entendidas como una actualización de las teorías de la «modernización» o del «desarrollo», entre cuyos promotores destacaron los norteamericanos Ithiel de Sola Pool, Wilbur Schramm o Everett M. Rogers. Sin embargo, como ha señalado BECKER (1988), las teorías del

anteriores pues, tras el advenimiento generalizado del universo telemático en los países desarrollados, intentó designar ni más ni menos que a un nuevo tipo de sociedad, que sucedía a la etapa industrial (PORAT, 1977).

En la última década, sin embargo, están surgiendo, fundamentalmente en Europa, distintas corrientes de investigación crítica que se ocupan de la economía política de la comunicación y de la cultura⁴. Es decir, que, «a partir de una especificidad reconocida, todos esos enfoques convergen hacia la misma preocupación: comprender el funcionamiento material —a veces se hace hincapié en el análisis político, otras en el económico o bien en uno y otro— de la cultura y de la comunicación» (MATTELART & PIEMME, 1982: 69).

Tal es la perspectiva de autores británicos como WILLIAMS (1982) o GARNHAM (1985), franceses como GIRARD (1982), MATTELART & PIEMME (1982) o FLICHY (1982), y españoles como BUSTAMANTE (1987) o ZALLO (1987), entre otros muchos⁵. De esta manera, se está produciendo una revalorización teórica del concepto de «industrias culturales» —así, en plural, pues engloban a diferentes sectores: de la prensa al disco, del libro al cine, de la televisión al vídeo—, alejado ya de las connotaciones negativas de la Escuela de Francfort y asentado preferentemente en la economía política.

Sin embargo, el concepto de «industrias culturales» a secas puede hacer pensar en una excesiva preferencia por sólo algunas de las fases del proceso productivo, centradas en la fabricación. Asimismo, si sólo se hace referencia a la «cultura», pero no a la «comunicación», se da la impresión de un cierto olvido del subsistema de medios de comunicación masiva, pieza clave de cualquier sistema social contemporáneo. Por tanto, sería conveniente hablar mejor de «industrias y servicios culturales y comunicativos»; de esta manera, se haría hincapié tanto en la producción como en la comercialización de este tipo de bienes y servicios inmateriales —aunque siempre tengan que ir vehiculizados a través de soportes físicos— al tiempo que no se marginaría así el concepto de «comunicación», central desde todo punto.

«postindustrialismo» han tendido a sobrevalorar en exceso el cambio social mediante el desarrollo tecnológico y en esencia han sido acriticas, idealistas, unidimensionales, lineales y pretendidamente evolucionistas. Además de Marc Uri Porat, han destacado dentro de esta corriente, aunque desde perspectivas diversas, los también norteamericanos Daniel Bell, Herman Kahn o Alvin Toffler.

⁴ Dentro de estas corrientes críticas, las más destacadas son, sin duda, las teorías de la «dominación» —cuyos representantes más conspicuos podrían ser Herbert I. Schiller, Kaarle Nordenstreng, Armand Mattelart o Cees J. Hamelink— y las teorías «crítico-social» y de la «dependencia», que en el campo de la comunicación promueven autores centroeuropeos como Björn Hettne, Roy Preiswerk o Jörg Becker. Las diferencias entre unos y otros no son profundas: aunque todos consideran los fenómenos comunicativos como portadores ideológicos y como mercancía, dentro de un sistema social injusto y desequilibrado, aquéllos adolecen de una gran falta de trabajos empíricos —no han confirmado lo que critican en el sistema internacional—, en tanto que éstos intentan demostrar que las dependencias económicas y comunicativas no se localizan exclusivamente en países o regiones específicas (BECKER, 1988).

⁵ En los últimos años se han publicado en España traducciones de las obras más significativas de autores extranjeros como Ben Bagdikian, Armand Mattelart, Herbert I. Schiller, Cees J. Hamelink, Patrice Flichy, Giuseppe Richeri, Raymond Williams o Nicholas Garnham, entre otros, aunque responden a perspectivas teóricas diversas.

Por lo que se refiere a este artículo, debido a la falta de espacio, se han dejado expresamente de lado todas aquellas investigaciones españolas que no se cifien a lo que académicamente se entiende como medios de comunicación de masas —es decir, la prensa, la radio y la televisión—, además de su soporte financiero fundamental en las sociedades capitalistas: la publicidad. De esta manera, han quedado fuera las investigaciones que se refieren a otras industrias y servicios culturales —del libro al fonograma, del cine a las agencias de noticias, del vídeo a los servicios telemáticos—, así como el conjunto de industrias dedicadas a la producción y comercialización de soportes comunicativos: de la papelera a la electrónica, pasando por la química, la informática o las telecomunicaciones.

Los primeros estudios

La mayoría de estudios realizados en España sobre economía de la comunicación son bastante recientes, por lo menos los que pueden considerarse desde una perspectiva calificada como científica. Sin embargo, desde finales del siglo XIX, cierto número de investigadores —desde la Administración, la Iglesia, la Universidad o la iniciativa privada, o bien desde posturas críticas frente al sistema— se han ocupado en distintos momentos del fenómeno comunicativo de masas desde un punto de vista económico.

Coincidiendo con los avatares de la propia historia del país, bien podría clasificarse el conjunto de aportaciones sobre el particular en tres períodos más o menos diferenciados. El primero terminaría con la Guerra Civil, el segundo abarcaría el régimen franquista y el tercero comprendería el período democrático actual.

La mayoría de autores que se han ocupado de este tipo de estudios se han interesado fundamentalmente por la prensa y, en menor medida, por la radio, la televisión, la publicidad o bien la globalidad del subsistema comunicativo de masas. Como se ha apuntado más arriba, debido al interés específico de este artículo se ha dejado a un lado aquí toda investigación relacionada con otros medios o sectores para evitar la dispersión. De todas maneras, principalmente en los terrenos del cine y del libro ha habido una producción intelectual autóctona de una cierta importancia.

Probablemente, la primera obra española en la que se aborda el carácter mercantil de la prensa, además de otras cuestiones, es *De un periodista*, de Ricardo Fuente, publicada en Madrid en 1897⁶. Este escritor y periodista madrileño, que llegó a ser director de *El País* entre 1903 y 1910 y primer director de la Hemeroteca Municipal de Madrid entre 1918 y 1925, desde una perspectiva apocalíptica, sostenía que «el periódico de empresa no lo funda el enamorado del ideal, no existe por la necesidad de defender los intereses faltos de apoyo; el periódico de empresa se funda por comerciantes tan sólo atentos al lucro» (p. 28). Este tipo de afirmaciones eran propias de una época que estaba viendo nacer los primeros diarios españoles fundados por empresas de tipo capitalista aunque generalmente de estructura familiar —Santa Ana, Gasset, Ortega, Godó, Luca de Tena y Mencheta, entre los linajes más significativos—, al tiempo que asistía al ocaso de las publicaciones de carácter doctrinal y de partido.

⁶ FUENTE, Ricardo, *De un periodista*, Casa Editorial de Mariano Núñez Samper, Madrid 1897.

Poco tiempo después, en 1903, el político y periodista andaluz Modesto Sánchez Ortiz publicó *El periodismo*⁷. Con un estilo impecable, producto de una dilatada experiencia profesional —había sido director de *La Vanguardia* entre 1888 y 1901—, Sánchez Ortiz partía del criterio de que el periodismo debía ser «sacerdocio» y «magisterio», pero a la vez reconocía el carácter necesariamente industrial de esta actividad. Por este motivo dedicó algunos capítulos de su obra a esta cuestión y llegó a definir unas características que casi un siglo después continúan siendo en buena medida válidas: «La empresa de periódico en España todavía es ruina en la gran mayoría de los casos; todavía es aventura en casi todos los demás. Sin lectores apenas, porque el analfabeto es legión, o con lectores de escaso provecho (...); sin anuncios suficientes, porque el comercio y la industria sufren de raquitismo, y porque ni siquiera hacen lo que pueden; secas o empobrecidas estas fuentes naturales del periódico, su vida —excluyendo una docena de casos en toda la nación— está siempre pendiente del azar» (pp. 22-23).

Tres años más tarde, Rafael Mainar, periodista y abogado aragonés que desempeñó toda su vida profesional en la Ciudad Condal, publicó el que bien puede considerarse como primer manual del periodismo español: *El arte del periodista*⁸. Con un estilo ágil y ameno, Mainar se ocupó de prácticamente todas las facetas de la actividad periodística: desde el lenguaje hasta la confección, desde la publicidad hasta los modelos de diario, desde la administración hasta los talleres. En este sentido, no descuidó la faceta económica de la empresa, y se convirtió en un firme defensor del «diario de empresa», porque «al entrar el periódico en la categoría y condición de negocio industrial», sostenía, «ha obtenido un capital que ni la política, ni los intereses de clase, ni los platonismos del ideal, le hubieran jamás proporcionado» (pp. 20-21).

Otro libro de la época en el que se abordaba la faceta mercantil de la prensa, además de otras cuestiones, es *Las luchas del periodismo*, de Salvador Minguijón, publicado en 1908 por este profesor y periodista de orientación católica⁹. Coincidiendo con una época muy prolífica en cuanto a obras de tipo doctrinal orientadas a favorecer la implantación en España de lo que se calificaba entonces como «buena prensa» —es decir, la confesional—, para hacer frente al avance de la prensa liberal, la obra de Minguijón se dedicó a explicar el funcionamiento y a denunciar las «miserias» y «lacras» de la gran prensa de comienzos de siglo. Se trata de un libro que constituye un verdadero tratado sobre la empresa periodística, con multiplicidad de ejemplos nacionales y extranjeros, además de ocuparse del funcionamiento de la redacción y la organización general de un periódico. Sin embargo, oponiéndose firmemente a las afirmaciones de Mainar —sobre todo para justificar el desarrollo de la prensa doctrinal católica—, Minguijón llegó a exclamar: «No pretendemos defender lo indefendible. El industrialismo de la prensa es un mal. El interés económico ó los cálculos de la

⁷ SÁNCHEZ ORTÍZ, Modesto, *El periodismo*. (Prólogo del libro *El país, la política, la prensa*, M. Romero Impresor, Madrid 1903.

⁸ MAINAR, Rafael, *El arte del periodista*, José Gallart Editor, Barcelona 1906. Sobre esta obra puede consultarse el estudio histórico de CASASÚS (1987).

⁹ MINGUIJÓN, Salvador, *Las luchas del periodismo*, Mariano Salas Impresor, Zaragoza 1908.

ambición política de empresa y periodistas no siempre marchan de acuerdo con el bien social» (p. 10).

Paralelamente al florecimiento de la prensa de orientación católica, se iban consolidando por aquellos años algunas de las empresas periodísticas de concepción capitalista más importantes de la historia del periodismo español, entre ellas la editora del diario *El Sol*, de Madrid. Su gran inspirador empresarial —como José Ortega y Gasset lo era en el plano ideológico-doctrinal— fue Nicolás María de Urgoiti, a la sazón gran patrón de La Papelera Española SA. En distintas ocasiones¹⁰, este empresario vasco se ocupó de la faceta económica de la prensa española, además de las relaciones de ésta con su soporte físico fundamental: el papel. Para Urgoiti la cuestión económica era decisiva, pues pensaba que no bastaba sólo con preocuparse de los contenidos y de la ideología de los periódicos, sino que era menester organizarlos empresarialmente, con una concepción capitalista moderna, de la cual carecía completamente la prensa del país.

Asimismo, dos periodistas destacados se ocuparon por aquellos años, en sendos opúsculos, de la cuestión administrativa de los diarios españoles. De una parte, el catalán Josep Morató i Grau, antiguo redactor jefe de *La Veu de Catalunya*, quien escribió *Com és fet un diari*; de otra, Enrique Meriné, madrileño vinculado profesionalmente a Prensa Española, S.A., quien dio a luz *Cómo se administra un gran diario*¹¹. Ambos se interesaron en sus respectivas obras —aunque la segunda fuera más especializada— fundamentalmente por aspectos como las suscripciones, la publicidad, la comprobación de las tiradas, la labor de los corresponsales y la contabilidad de las empresas periodísticas de los años veinte.

En 1930, coincidiendo con el inicio de un período turbulento de la vida española y con el nacimiento de los fascismos europeos, se publicó en Madrid una obra de gran importancia para el momento y que los avatares de la historia política y académica del país durante el último medio siglo han confinado en el olvido: *Grandeza y servidumbre de la prensa*, de Alfonso Ungría Gargallo¹². Este intelectual y diplomático, apoyándose en bibliografía internacional —costumbre no demasiado frecuente entonces en los estudios de este tipo en el país—, hizo un profundo análisis crítico de la prensa española, deteniéndose de manera especial en su capacidad orientadora de la opinión pública y en sus características materiales. Ungría Gargallo rompió de esta manera con una tradición impuesta desde antiguo por historiadores aficionados y pacientes bibliógrafos, prácticamente los únicos que abordaban por entonces el estudio de la prensa española, y fue uno de los introductores de los estudios que a la sazón se realizaban en Europa y Estados Unidos.

¹⁰ URGOITI, Nicolás María de, *La prensa diaria española en su aspecto económico*, discurso en Ateneo de Madrid, 7 de diciembre de 1915. *Historia resumida de las relaciones entre la Papelera Española y El Sol CA*, Madrid 1931.

¹¹ MORATÓ I GRAU, Josep, *Com és fet un diari*, Ricard Duran i Alsina Impressor, Barcelona 1918; MARINÉ, Enrique, *Cómo se administra un gran diario*, Cía. Ibero-Americana de Publicaciones, Madrid 1929.

¹² UNGRÍA GARGALLO, Alfonso, *Grandeza y servidumbre de la prensa*, Editorial España, Madrid 1930.

La segunda etapa, que abarca el largo período franquista, está compuesta por distintas fases —como el propio régimen— que van desde la autarquía económica y cultural, el fascismo político y la férrea censura ideológica de la primera hora, hasta la liberalización de los últimos años. Estas transformaciones y adaptaciones económicas, políticas y sociales afectaron de manera decisiva al subsistema comunicativo de masas y, consecuentemente, a la propia producción teórica sobre esta especialidad, una producción caracterizada no por investigaciones empíricas adaptadas a la metodología de las ciencias sociales sino por un cúmulo de conferencias, artículos divulgativos, coloquios o discursos de tipo doctrinario que dificultaron enormemente su homologación con la investigación hecha a la sazón en otros países desarrollados (MORAGAS, 1981).

Dependientes de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda —aparato censor del régimen—, se crearon la Escuela Oficial de Periodismo, en 1941, y la revista *Gaceta de la Prensa Española*, en 1942 (JONES, 1987). Mientras aquella sirvió para formar a unos periodistas fieles al franquismo, ésta permitió la difusión de gran número de artículos de corte «académico-fascista» sobre la especialidad; a lo largo de los años fueron apareciendo algunos trabajos de tipo divulgativo sobre la empresa periodística que pueden citarse aquí¹³.

Tras la derrota de las fuerzas del Eje en 1945, Franco debió modificar su modelo ideológico-político de Estado para contrarrestar la gran oposición internacional a su régimen. Debido a esta situación, adquirieron un mayor peso político los sectores confesionales próximos a la Asociación Católica Nacional de Propagandistas (ACNP). Estos lograron el control del Ministerio de Educación Nacional e inauguraron, a partir de 1946, cursos de verano especializados en periodismo en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, de Santander. De esta manera, entre los ideólogos más conspicuos de la ACNP, Fernando Martín-Sánchez Juliá, director de los cursos durante dos décadas, se

¹³ Entre otros, cabe mencionar aquí los de los siguientes autores: LAGUINILLA, Domingo, «Un negocio difícil: el periodístico», núm. 37, junio 1945; LAGUINILLA, Domingo, «La publicidad, base económica de la prensa», núm. 39, agosto 1945; LAGUINILLA, Domingo, «Las organizaciones de empresas periodísticas en España» núms. 99-100-101, mayo-junio-julio 1956; GALINDO HERRERO, Santiago, «Estudio jurídico de la empresa periodística», núms. 51-52, mayo-junio 1952; ALTABELLA, José, «Notas y cifras para un ensayo sobre la evolución económica de la prensa», núm. 106, 1956; GARRIDO BUENDÍA, Antonio, «Algunas ideas sobre la productividad y remuneración en prensa», núm. 128, mayo-junio 1960; CRISPI CARCAR, Gonzalo, «La circulación en la prensa», núm. 140, mayo-junio 1962; RIOJA, Mariano, «Estructura económica de la empresa periodística», núm. 145, julio 1963; FERNÁNDEZ HERAS, Amado & FERNÁNDEZ MENDIOLA, Amado, «Condiciones de trabajo en la prensa española», núms. 170-188-192-196, agosto 1965-octubre 1967; PACHO REYERO, Félix, «La publicidad garantiza la independencia de la prensa», núm. 221, diciembre 1970; PACHO REYERO, Félix, «La empresa periodística: problemas de distribución de la prensa diaria», núm. 225, junio 1971; MOLERO MANGLANO, Luis, «El fenómeno de la concentración», núm. 227, agosto 1971; MOLERO MANGLANO, Luis, «La concentración de la empresa periodística», núm. 228, septiembre 1971; MOLERO MANGLANO, Luis, «Síntomas de crisis en la prensa occidental», núm. 230, noviembre 1971

convirtió en uno de los principales mentores de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966, y dio a luz varios textos doctrinarios sobre el papel de la empresa periodística en un Estado capitalista como el que se pretendía plenamente para España¹⁴. Otros autores dentro de esta corriente fueron Jesús García Jiménez, Francisco de Luis y Díaz, José Manuel González Páramo y Mariano Rioja¹⁵.

La Escuela Oficial de Periodismo de Madrid, que hasta 1958 ostentó el monopolio en la enseñanza de esta especialidad en el país, tuvo en sus tres décadas de historia una producción teórica prácticamente nula. En 1969 se dieron a conocer dos textos sobre economía de la comunicación que modificaron poco, sin embargo, esta tradición. Otro tanto puede decirse que ocurrió con la delegación de la escuela en Barcelona, con la Escuela Oficial de Publicidad, con la Escuela de Periodismo de la Iglesia y con la propia Universidad¹⁶. Por su parte, durante la década de los sesenta comenzaron a editarse en publicaciones teóricas promovidas por el Ministerio de Información y Turismo, como la *Revista Española de la Opinión Pública y Estudios de Información*, una serie de artículos con un rigor académico y científico más elevado, aunque todavía con una línea ideológica afín al régimen¹⁷.

Simultáneamente, vieron la luz algunos trabajos críticos sobre la «industria de la información» y la «industria de la cultura» que, desde una perspectiva marxista, intentaron explicar una realidad hasta entonces oculta al pueblo español. Se trataba de obras apasionadas propias de la situación política y social de aquellos años debidas a

¹⁴ MARTÍN-SÁNCHEZ JULIÁ, Fernando, *Garantías de la empresa periodística a la sociedad y al Estado*, Curso de Periodismo de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Santander 1948; *Opinión pública, prensa y Estado. Nuevas formas de propiedad de los periódicos*, UIMP, Santander 1951; *Crisis de la prensa y sus verdaderas causas*, Madrid 1952; «La prensa, discutidora de todo, es ahora una institución discutida. Causas de la crisis de la prensa en el mundo y análisis de las mismas», GPE 53, julio 1952; «El periodista y la empresa periodística. La nueva Ley de Sociedades Anónimas y la prensa», GPE 54, agosto 1952.

¹⁵ GARCÍA JIMÉNEZ, JESÚS, *Luz en las antenas. (La empresa radiofónica)*, Euramérica, Madrid 1955; LUIS Y DÍAZ, FRANCISCO DE, «Problemas de la empresa»; GONZÁLEZ RUIZ, NICOLÁS (ed.), *El periodismo, teoría y práctica*, Noguer, Barcelona 1963; GONZÁLEZ PÁRAMO, JOSÉ MANUEL, *Política de prensa. Dialéctica de la empresa periodística*, Grijalbo, Barcelona 1971.

¹⁶ BERNAL, SALVADOR, *El trabajo en la empresa periodística*, Escuela Oficial de Periodismo, tesina, Madrid 1969; VV.AA., *La concentración en los medios informativos y publicitarios*, Escuela Oficial de Periodismo, Madrid 1969; CORTÉS DOMÉNECH, EDUARDO, *La participación del periodista en la empresa periodística*, Escuela Oficial de Periodismo, tesina, Barcelona 1975; MAGRIÑA BLASI, JOSEP, *Análisis crítico-jurídico de la empresa periodística*, Escuela Oficial de Periodismo, tesina, Barcelona 1975; HUERTA PALACIOS, FELIPE, *La concentración de empresas y su trascendencia en el mundo de la publicidad*, Escuela Oficial de Publicidad, lección inaugural, Madrid 1970; GARCÍA DE FRUTOS, MANUEL, *Aproximación socio-económica a los medios de información de Aragón*, Universidad de Zaragoza, tesina, Zaragoza 1974; SALAS, JAVIER, *Registros de empresas periodísticas y editoriales. Régimen jurídico de inscripciones y cancelaciones*, Facultad de Derecho, Universidad de Sevilla, Sevilla 1975.

¹⁷ En la *Revista Española de la Opinión Pública* se publicaron los siguientes artículos: MONTES, G., «Régimen comparado de las empresas periodísticas», núm. 6, octubre-diciembre 1966; XIFRA HERAS, JORDI, «Régimen comparado de las empresas periodísticas», núm. 3, enero-marzo 1966; XIFRA HERAS, JORDI, «Comunicación, información y economía», núm. 27, enero-marzo 1972; GARCÍA LABRADO, FRANCISCO, «Presupuestos ideológicos y modalidades de la ayuda estatal a la

autores como Manuel Vázquez Montalbán y Valeriano Bozal¹⁸. Sobre todo la del primero, *Informe sobre la información*, se convirtió con el tiempo en una obra de referencia que leían con avidez no sólo los periodistas o aspirantes a periodistas, sino también los estudiantes y profesionales de diversas disciplinas.

Desde 1958 funcionó en Pamplona el Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, promovido por el Opus Dei, que, a comienzos de la década de los setenta —coincidiendo con la creación de las facultades de ciencias de la información de Madrid y de Barcelona—, se transformaría también en facultad. Desde un comienzo, esta institución contó con un equipo de investigadores que la situó en el primer plano de la actividad académica española de aquellos años y sus cuidadas ediciones de libros propios o traducciones de autores extranjeros fueron muy apreciadas en otros centros del país o de América Latina, mucho menos dotados humana y económicamente.

En este contexto fue publicándose, por ejemplo, la obra teórica de Alfonso Nieto, que se convirtió en poco tiempo —sobre todo *El concepto de empresa periodística y La empresa periodística en España*— en referencia obligada para los estudiosos de este campo científico¹⁹. Además, junto con José Tallón, publicó artículos sobre economía televisiva, pioneros en este medio en España²⁰. Por su parte, un discípulo suyo, Francisco Iglesias, hizo por aquellos años sus primeras aportaciones sobre la especialidad, entre las que destaca su tesina leída en 1973. Asimismo, se publicaron textos de esta materia en la revista *Nuestro Tiempo*, de la propia Universidad de Navarra²¹.

prensa», núm. 30, octubre-diciembre 1972; GARCÍA LABRADO, Francisco, «Condicionamientos del problema de la ayuda económica estatal a la prensa en Estados Unidos», núm. 35, enero-marzo 1974; WERT ORTEGA, José Ignacio, «Estructura y pautas de consumo de información en la España de hoy», núm. 43, 1976. En la *Revista Española de Documentación*: CASTRO FARIÑAS, José Antonio, «El fenómeno de la concentración de prensa», núm. 5, abril-junio 1966. Finalmente, en *Estudios de Información* (que sucedió a la anterior): MUÑOZ ALONSO, Alejandro, «Los fenómenos de concentración y la publicidad en la radiodifusión», núm. 9, enero-marzo 1969. DESVOIS, Jean Michel, «*El Sol*: orígenes y tres primeros años de un diario de Madrid (1917-1920)», núms. 16-17, octubre 1970-enero 1971.

¹⁸ VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel, *Informe sobre la información*, Fontanella, Barcelona 1962; VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel, «La información: una industria atípica», *España Económica*, Madrid, diciembre 1970; BOZAL, Valeriano, *Introducción a la industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid 1969; BOZAL, Valeriano, *Cultura y capitalismo*, EDICUSA, Madrid 1972.

¹⁹ NIETO, Alfonso, *El concepto de empresa periodística*, EUNSA, Pamplona 1967; «Participación y empresa periodística», *Nuestro tiempo* 174, Pamplona, diciembre 1968; «Periodista y participación», *Nuestro tiempo* 183, septiembre 1969; «Información y empresa: periodista y participación», *Revista del Instituto de Ciencias Sociales*, Barcelona 1970; *La empresa periodística en España*, EUNSA, Pamplona 1973.

²⁰ NIETO, Alfonso & TALLÓN, José, «La televisión entre la cultura y la economía», *Revista del Instituto de Ciencias Sociales* 22, 1973; «Aspectos empresariales de la televisión», *Nuestro tiempo* 225, marzo 1973.

²¹ IGLESIAS, Francisco, *Los periódicos españoles: consideraciones económicas y financieras*, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, tesina, Pamplona 1973; «Prensa y poder económico en España», *Nuestro tiempo* 227, mayo 1973; «Televisión: ¿monopolio o pluralismo?», *Nuestro tiempo* 244, octubre 1974; «Un imperio informativo: Prensa y Radio del Movimiento», *Nuestro tiempo* 250, abril 1975; SORIA, Carlos, *El director de periódicos*, EUNSA, Pamplona 1972; «Las empresas de prensa en España», *Nuestro tiempo* 237, marzo 1974.

Durante los últimos años del franquismo se publicaron otros libros y artículos especializados en economía de la comunicación que también merecen ser citados en este breve repaso²². Son importantes, asimismo, obras especializadas sobre todo en cuestiones históricas y jurídicas de la radiodifusión que también abordan las económicas²³.

La especialización de los últimos años

La muerte de Franco facilitó el tránsito a un régimen democrático, que se consolidó con la Constitución de 1978. Las investigaciones sobre economía de la comunicación han tenido desde entonces un crecimiento sostenido merced, entre otras cosas, a un mayor intercambio internacional de personas e ideas, a un desarrollo de la propia industria y a una consolidación de las facultades de las ciencias de la información, aparte de una mayor conciencia pública y académica sobre la necesidad social de promover este tipo de estudios. Además de haberse leído algunas tesis de licenciatura y de doctorado en diversas facultades, se han publicado varios libros y artículos en revistas especializadas que han permitido avanzar en esta disciplina —logrando una mayor especialización—, aunque todavía se diste bastante de lo realizado en otros países desarrollados de Occidente.

Debido a la estrechez del espacio en este breve repaso y al número de tesis, libros y artículos realizados en los últimos años en España, no se puede aquí sino hacer una mera enumeración de ellos, que permita en algún estudio posterior analizarlos pormenorizadamente como corresponde. En líneas generales, y clasificados por medios, los trabajos aparecidos son obra de los autores que se citan a continuación:

1. El sector de la prensa es el que ha seguido contando, hasta ahora, con un interés mayor por parte de los estudiosos. En el ámbito de la Universidad de Navarra se han publicado en los últimos años nuevos textos de Nieto, Soria e Iglesias y otros de jóvenes investigadores como Conesa Sánchez, Sánchez Aranda y Sánchez Tabernero²⁴.

²² MARTÍN SERRANO, Manuel, *Publicidad y sociedad de consumo en España*, EDICUSA, Madrid 1970; SÁNCHEZ GUZMÁN, José Ramón, *Curso de economía para publicitarios*, Anaya, Salamanca 1970; POYAL COSTA, José Luis, *Las nuevas técnicas de organización en la empresa periodística*, Gráficas Summa, Oviedo 1971; GARCÍA LABRADO, Francisco, *Criterios de independencia en la prensa*, Escuela Oficial de Periodismo, Madrid 1973. GARCÍA LABRADO, Francisco, *La ayuda económica del Estado a la prensa*. EUNSA, Pamplona 1975; PINILLOS, Pedro José, *La empresa informativa: prensa, radio, cine y televisión*, Ediciones del Castillo, Madrid 1975; PINILLOS, Pedro José, «La radio, factor económico-social»: VV.AA., *La radio, medio de comunicación*, Imprenta-Escuela de la Casa de Caridad, Barcelona 1975; OLIVENCIA RUIZ, Manuel, «Las empresas de medios de comunicación de masas»: VV.AA., *Los medios de comunicación de masas ante la moral*, Centro de Estudios Sociales del Valle de los Caídos, Madrid 1970.

²³ EZCURRA, Luis, *Historia de la radiodifusión española. Los primeros años*, Editora Nacional, Madrid 1974; SORIA, Carlos, *Orígenes del derecho de radiodifusión en España (1907-1936)*, EUNSA, Pamplona 1974.

²⁴ NIETO, Alfonso, «Cláusula de conciencia, principios editoriales y empresariales de la información», *Persona y Derecho*, vol. IV, Pamplona 1977; *La prensa gratuita*, EUNSA, Pamplona 1984;

En la Universidad Complutense de Madrid se han dado a luz investigaciones como las tesis de Fernández Briceño, Grande García, Montero García Celay, Alonso Fernández Checa, Sierra Teruel y Alonso Garrán. Asimismo, se han publicado nuevos textos de Tallón —quien pasó a esta Universidad— y otros de Bustamante, Sinova y Timoteo Álvarez, este último desde una perspectiva histórica²⁵. Finalmente, en la Universitat

Cartas a un empresario de la información, ed. del autor, Pamplona, 1987; SORIA, Carlos; «El monopolio de información extranjera», *Persona y Derecho*, vol. V, 1978; «Responsabilidad ética y social de los medios: el nuevo modelo de empresa informativa»: *Actas de las Primeras Jornadas Empresarias de Medios de Comunicación Independientes*, Buenos Aires 1986; «Bases para una redefinición de las empresas informativas», *Boletín IESE*, junio 1986; «Modernización jurídica de las empresas informativas. Algunas conclusiones», *Nuestro tiempo* 381, marzo 1986; «El contrato de suscripción»: VV.AA., *Información y Derecho de la Información*, Fragua, Madrid 1987; *La información pertenece al público: más allá del capitalismo informativo*, Facultad de Ciencias de la Información, lección inaugural, Pamplona 1987; «Las nuevas tecnologías de la información o la lógica de la libertad», *Nuestro tiempo* 400, octubre 1987; IGLESIAS, Francisco, *Historia de una empresa periodística. Prensa Española, editora de «ABC» y «Blanco y Negro» (1891-1978)*, Prensa Española, Madrid 1980; «La crisis de la prensa diaria en España», *Nuestro tiempo* 308, febrero 1980; «La comercialización y el reto tecnológico», *AEDE* 9, Madrid, 2º semestre 1984; «Finalidad y servicio en la empresa periodística»: VV.AA., *Información y derechos humanos*, EUNSA, Pamplona 1987; IGLESIAS, FRANCISCO & VERDEJA, Sam, *Marketing y gestión de periódicos*, EUNSA, Pamplona 1988; CONESA SÁNCHEZ, Fernando, *La libertad de la empresa periodística*, EUNSA, Pamplona 1978; SÁNCHEZ ARANDA, José Javier, *Navarra en 1900: los comienzos del Diario*, Diario de Navarra, Pamplona 1983; «Fuentes para una nueva historia del periodismo. Las actas del consejo del Diario de Navarra»: *Documentación de las Ciencias de la Información* VIII, Madrid 1984; SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso, «*El Correo Español-El Pueblo Vasco*» y su entorno informativo (1910-1985), Facultad de Ciencias de la Información, tesis doctoral, Pamplona 1988.

²⁵ FERNÁNDEZ BRICEÑO, Jesús, *Crisis de la prensa independiente ante el fenómeno de la concentración empresarial*, Facultad de Ciencias de la Información, tesina, Madrid 1977; GRANDE GARCÍA, Alberto, *Adaptación del plan general de contabilidad a la empresa periodística*, FCI, tesina, Madrid 1977; MONTERO GARCÍA-CELAY, Agustín, *Principios económicos de la información*, FCI, tesis doctoral, Madrid 1983; ALONSO FERNÁNDEZ-CHECA, José, *La publicidad como soporte de la prensa madrileña*, FCI, tesina, Madrid 1979; TERUEL SIERRA, Manuel, *Planteamiento, estudios y alternativas ante la crisis de la prensa referida a la década 1970-1980*, FCI, tesina, Madrid 1981; ALONSO GARRÁN, Concepción, *La prensa del Estado en España*, FCI, tesina, Madrid 1981; *Cauces para resolver la crisis estructural de la empresa informativa en España*, FCI, tesis doctoral, Madrid 1984; *La revolución tecnológica en la empresa informativa española*, Asociación de Estudios de Comunicación para las Autonomías, Madrid 1986; TALLÓN, José, *Papel y empresa periodística*, EUNSA, Pamplona 1978; «El ánimo de lucro en la empresa informativa», *Campaña* 125, Madrid, febrero 1979; «Los efectos de la relación jurídico-laboral-periodística sobre la propiedad intelectual», *Revista del Trabajo* 61-62, Madrid 1981; «Análisis de la difusión de la prensa española durante el quinquenio 1976-80»: VV.AA., *Información y Derecho de la Información*, Fragua, Madrid 1987; «La empresa informativa, garantía de libertad», *Cuenta y Razón* 34, FUNDES, Madrid, febrero 1988; BUSTAMANTE, Enrique, «Estructura de la propiedad de los medios de comunicación en España», *El Cárabo* 5, Madrid, marzo-abril 1977; «Grupos de poder en la prensa escrita. Banca y empresas que controlan la información» *Información Comercial Española* 567, Madrid, noviembre 1980; «Prensa: los costes de la renovación tecnológica», *Transición* 25,

Autònoma de Barcelona se han gestado investigaciones como las de Costa, Pérez Tornero, Mateo y Gallego Ayala²⁶.

Por otra parte, se han publicado varios artículos del empresario Rioja, próximos a concepciones católicas —la ACNP—; del político Claret Serra, desde la izquierda catalana; del analista Huerta Palacios, sobre los sectores periodístico y editorial, y, en el ámbito de la prensa técnica, diversos textos presentados al segundo y tercer congresos españoles de la especialidad, en 1979 y 1987. Últimamente ha aparecido un libro del periodista Alférez que, si bien no se trata estrictamente de un estudio de carácter económico, aporta información de primera mano sobre el funcionamiento de los grandes grupos periodísticos del país²⁷.

Barcelona, octubre 1980; «El País: análisis del poder»: IMBERT, Gerard & VIDAL BENEYTO, José (eds.); *El País o la referencia dominante*, Mitre, Barcelona 1986; SINOVA Justino, «La crisis de la prensa en España», *Revista de Ciencias de la Información* 1, Universidad Complutense, Madrid 1984; «El Estado y la información en España», *Revista de Estudios Políticos* 49, Madrid, enero-febrero 1986; TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús, «¿Hay un futuro en España para la prensa de masas?», *Crónica Prensa*, Madrid 1981; «La crisis del sector prensa y el nacimiento de una nueva fase en el capitalismo informativo 1960-1975»: VV.AA., *Comunicación y sociedad*, Universidad Complutense, Madrid 1983, «Función de la variable información en la estructura empresarial y económica»: ZORRILLA, Resituito (ed.), *Modelos de comunicación y empresa*, Universidad del País Vasco, Bilbao 1987.

²⁶ COSTA, Pere Oriol, *Metodología de los proyectos periodísticos escritos*, Facultad de Ciencias de la Información, tesina, Bellaterra 1979; PÉREZ TORNERO, José Manuel, «La producción de prensa a Catalunya»: REIXAC, Modest (ed.), *Catalunya: home i territori*, Blume, Barcelona 1979; MATEO, Rosario de *Periodismo empresarial. El consumo de prensa escrita: análisis de caso*, Mitre, Barcelona 1985; «El trabajo de la mujer en la empresa periodística»: DURÁN, M.A. & REY, J.A. (eds.), *Literatura y vida cotidiana*, Universidad de Zaragoza, Zaragoza 1986; GALLEGO AYALA, Juana, *Situación, función y perspectivas de la prensa diaria en España (1976-1986). Percepción de la crisis de la prensa por parte de los diarios españoles*, FCI, tesis doctoral, Bellaterra 1987; MATEO, Rosario de et al., *La prensa a Catalunya els anys vuitanta*, Generalitat de Catalunya, Barcelona 1988; DLAZ NOSTY, Bernardo, LALLANA, Fernando & TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús, *La nueva identidad de la Prensa. Transformación tecnológica y futuro*, FUNDESCO, Madrid 1988; VV.AA., *La prensa ante el cambio de siglo*, Deusto, Bilbao 1988; MORA GARCÍA DE LOMAS, Juan Manuel, *Estudio y evolución de la concentración informativa de la prensa diaria española (1975-1986)*, tesis doctoral, FCI, Pamplona 1988.

²⁷ RIOJA, Mariano, «La empresa periodística: sus peculiaridades», *Boletín Informativo de la Fundación Juan March* 45, Madrid, enero 1976; «Titularidad de la empresa informativa»: Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, *La Iglesia ante los medios de comunicación social*, Ediciones Paulinas, Madrid 1978; «¿Un año para sobrevivir?», AEDE 1, Madrid, junio 1979; «Cómo afrontar la crisis», AEDE 3, julio 1980; «Ideología y problemas de los diarios españoles», *Razón y Fe* 990, Madrid, julio-agosto 1980; «La prensa diaria en la última década», *Campaña* 149-150, Madrid, marzo 1980; CLARET SERRA, Andreu, «La crisi dels diaris a Catalunya i la lluita per l'hegemonia en els mitjans d'informació», *Nous Horitzons* 36, Barcelona, octubre 1977; HUERTA PALACIOS, Felipe, *Problemática del futuro de los sectores económicos de prensa y libro*, Madrid 1977; VV.AA., *Segundo Congreso Español de Prensa Técnica*, AEPT, Barcelona 1979; VV.AA., *Tercer Congreso Español de Prensa Técnica*, AEPT, Barcelona 1987; ALFÉREZ, Antonio, *Cuarto poder en España. La Prensa desde la Ley Fraga 1966*, Plaza & Janés, Barcelona 1986.

Asimismo, durante los años setenta y ochenta se han publicado libros y artículos de carácter histórico de los hispanistas franceses Botrel y Desvois y de los estudiosos españoles Almuña Fernández, Guereña, Ybarra, Del Rey Reguillo, De Pablo, Lerchundi Ayucar, Voltes Bou y Valls, que, sumados a los de Timoteo Álvarez, resultan de indudable interés para comprender aspectos económicos fundamentales de la prensa española de finales del siglo XIX y primeras décadas del actual²⁸.

2. Respecto del sector radiotelevisivo, la producción teórica se ha gestado sobre todo en las universidades de Madrid y Navarra. En Madrid han salido textos como los de Gorostiaga, Ruiz Butron, Martín Proharan, Miguel-Arruti, Bustamente y Villafaña²⁹. En

²⁸ BOTREL, Jean-François, «Estadística de la prensa madrileña de 1858 a 1909, según el registro de Contribución Industrial»: TUÑÓN DE LARA, Manuel (ed.), *Prensa y sociedad en España (1820-1936)*, EDICUSA, Madrid 1975; DESVOIS, Jean-Michel, *La Prensa en España (1900-1931)*, Siglo XXI, Madrid 1977; «Las transformaciones de la prensa de la oligarquía a principios de siglo»: TUÑÓN DE LARA, Manuel (ed.), *La crisis del Estado español, 1898 - 1936*, EDICUSA, Madrid 1978; «Notes sur le diffusion en province des quotidiens de Madrid, 1925-1927 et 1931-1936»: SALAUN-SANCHEZ, Carmen (ed.), *Presse et public*, Université de Rennes 2, Haute-Bretagne 1982; «Un grupo de presión de la II República: la Federación de Empresas Periodísticas de Provincias de España»: TUÑÓN DE LARA, Manuel (dir.), *La prensa de los siglos XIX y XX*, Universidad del País Vasco, Bilbao 1986; ALMUIÑA FERNÁNDEZ, Celso, «Las empresas periodísticas: las imprentas vallisoletanas del XIX»: *La prensa vallisoletana durante el siglo XIX (1808-1894)*, Institución Cultural Simancas, Valladolid 1977; GUEREÑA, Juan Luis, «Las estadísticas oficiales de la prensa (1867-1927)»: VV.AA., *Metodología de la historia de la prensa española*, Siglo XXI, Madrid 1982; YBARRA, Enrique de, *El Correo Español-El Pueblo Vasco. (Un periódico institución, 1910-1985)*, El Correo Español-El Pueblo Vasco, Bilbao 1985; REY REGULLO, Fernando del, «La prensa del poder económico y de las organizaciones patronales en la crisis de la Restauración (1917-1923)»: TUÑÓN DE LARA, (dir.), *La prensa de los siglos XIX y XX*, Universidad del País Vasco, Bilbao 1986; PABLO, Santiago de, «Las empresas periodísticas de José Luis Oriol: *Heraldo Alavés* y *Pensamiento Alavés*»: TUÑÓN DE LARA, (dir.), *La prensa de los siglos XIX y XX*, Universidad del País Vasco, Bilbao 1986; LERCHUNDI AYUCAR, Alberto, «*La Gaceta del Norte* (1901-1984), la muerte ideológica de un diario»: TUÑÓN DE LARA, (dir.), *La prensa de los siglos XIX y XX*, Universidad del País Vasco, Bilbao 1986; TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús, *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema (1875-1883)*, EUNSA, Pamplona 1981; *Del viejo orden informativo*, Universidad Complutense, Madrid 1985; *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*, Ariel, Barcelona 1987; VOLTES BOU, Pere, *Vida y obra de Don Ramón de Godó y Lallana, primer conde de Godó*, FCI, tesina, Bellaterra 1980; «*La Vanguardia* durante la Guerra Civil Española», *Cuadernos de Historia Económica de Cataluña XI*, Universidad de Barcelona, Barcelona 1974; *Análisis empresarial y contable del auge del diario La Vanguardia en el período comprendido entre 1881 y 1939*, EADA, Barcelona 1988; [VALLS, etc.] VALLS, Josep-Francesc, *Prensa y burguesía en el XIX español*, Antropos, Barcelona 1988.

²⁹ GOROSTIAGA, Eduardo, *La radiotelevisión en España. Aspectos jurídicos y derecho positivo*, EUNSA, Pamplona 1976; «El coste nacional de la radiotelevisión en España», *Publitemcia* 42-43, Madrid 1977; «La radio y la televisión como servicio público», *Publitemcia* 45, 1978; «Las exigencias de rentabilidad y autonomía de las empresas de radio y televisión», *Publitemcia* 54, 1980; Régimen de explotación de la radio en España», *Medios Audiovisuales* 112-113, Madrid, octubre-noviembre 1981; «La televisión privada en España», *Medios Audiovisuales* 117, abril 1982; RUIZ BUTRON, Eduardo Ángel, *Problemas estructurales de la radio en España*, FCI, tesina, Madrid 1980; MARTÍN PROHARAN, Miguel Ángel, *La organización de la producción en el cine y la*

Navarra, los de Díaz Mancisidor, López Escobar y Faus Belau, entre otros³⁰. En Barcelona, los de Giral, Ramon, Costa, Mateo, Corbella y Jones³¹. Finalmente, en la Universidad del País Vasco, los de Idoaga, Dieshandino Nieto y Díaz Mancisidor³².

3. Los estudios sobre el papel económico de la publicidad en relación con el subsistema comunicativo de masas son extremadamente escasos en España. De todas maneras, en los últimos años se han publicado algunos textos de Tallón, Pinillos Suárez, Sánchez Guzmán, Piñuel Riagada, Gorostiaga y González. Asimismo, merece destacarse la obra *La internacionalización del capital en España, 1959-1977*, de Muñoz, Roldán y Serrano, que tiene un importante capítulo dedicado al papel creciente desempeñado por las transnacionales de la publicidad en los procesos de comercialización de la economía española³³.

televisión, Forja, Madrid 1985; MIGUEL-ARRUTI, Alberto, *Estructura y evolución de la radio no estatal en España*, FCI, tesis doctoral, Madrid 1984; BUSTAMANTE, Enrique, «Spagna 1976-80: verso la privatizzazione», *Ikon* 12, I.A. Gemelli, Milán, verano 1981; «Las promesas de la televisión privada», *El Viejo Topo* 61, Barcelona, octubre 1981; «Las industrias audiovisuales en España», *Comunicación y Cultura* 13, México DF, marzo 1985; «España: el reto de los 90 para los medios audiovisuales», *Mensaje y Medios* 2, RTVE, Madrid, agosto-septiembre 1988; BUSTAMANTE, Enrique & VILLAFANE, Justo (eds.), *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Siglo XXI, Madrid 1986.

³⁰ DÍAZ MANCISIDOR, Alberto, *La empresa de radio en USA*, EUNSA, Pamplona 1984; «Pluralidad audiovisual y libertad de expresión»: VV.AA., *Información y derechos humanos*, EUNSA, Pamplona 1987; LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban & FAUS BELAU, Ángel, «Broadcasting in Spain: a History of Heavy-handed State Control»: KUHN, Raymond (ed.), *Broadcasting and Politics in Western Europe*, Frank Cass, Londres 1985; VV.AA., *Televisión pública-televisión privada*, EUNSA, Pamplona 1982.

³¹ GIRAL, Eugeni, «Entorn als costos de la programació catalana»: VV.AA., *Autonomia i mitjans de comunicació*, Institut de Ciències Socials, Barcelona 1981; RAMON, Silvestre, «Qüestions econòmiques: costos i finançament de les emissores municipals»: *Primeres Jornades sobre Meso-Comunicació a Catalunya*, UAB, Bellaterra 1985; COSTA, Pere-Oriol, *La crisi de la televisió pública*, Edicions Paidós, Barcelona 1986; MATEO, Rosario de, CORBELLA, Joan M. & JONES, Daniel E., «Structure, Property and Control of Spanish Television (1956-1988)»: *1988 International Television Studies Conference*, Londres, julio 1988.

³² IDOYAGA, J. V., *Televisión regional en Europa*, FCI, tesina, Bilbao 1983; *La descentralización de la televisión en el Estado español*, FCI, tesis doctoral, Bilbao 1988; DIESHANDINO NIETO, María Pilar & DÍAZ MANCISIDOR, Alberto, «La televisión privada en España»: *Comunicació social i identitat cultural*, AIERI, Barcelona, julio 1988.

³³ TALLÓN, José, *Dialéctica informativa de la publicidad*, Dossat, Madrid 1978; «Todo lo que usted quería saber sobre publicidad en España y nunca se atrevió a preguntarlo», *Nuestro tiempo* 316, octubre 1980; «Concepto empresarial de las relaciones públicas»: VV.AA., *atado general de relaciones públicas*, Madrid 1987; PINILLOS, Pedro José, *Antecedentes históricos de la agencia de publicidad como empresa moderna*, INP, lección magistral, Madrid 1978; «Las relaciones mutuas entre empresa de publicidad y clientela»: VV.AA., *Comunicación y sociedad*, Universidad Complutense, Madrid 1983; SÁNCHEZ GUZMÁN, José Ramón, «Teoría económica de la publicidad»: *Introducción a la teoría de la publicidad*, Tecnos, Madrid 1979; PIÑUEL RIAGADA, José Luis, *Producción, publicidad y consumo*, Fundamentos, Madrid 1983; GOROSTIAGA, Eduardo & GONZÁLEZ, Alfredo, *Organización de la publicidad comercial*, IORTV, Madrid 1987; MUÑOZ, Juan, ROLDÁN, Santiago & SERRANO, Ángel, *La internacionalización del capital en España, 1959-1977*, EDICUSA, Madrid 1978.

4. Finalmente, sobre la globalidad del subsistema comunicativo, aunque con metodologías y objetivos diversos, los libros y artículos publicados y las tesis leídas en los últimos años pueden dividirse entre dos especialidades definidas. Por una parte, se encuentran los textos que se ocupan de las empresas informativas, como los de Pinillos Suárez, Tallón y Crespo de Lara³⁴. Por otra, los que se refieren a la comunicación desde una perspectiva maroeconómica y política; tal es el caso de estudios como los de López Escobar, Gubern, Murciano, Bustamante, Díez de Castro, Montero García Celay, Gifreu —en este caso, preferentemente política—, Torres López, Corbella, Valls, Mateo, Comas Aràjol, Giordano, Zeller, Garitaonandía, Zallo y la obra colectiva *Las industrias culturales en España*, coordinada por Bustamante y Zallo, en la que por primera vez se hace un análisis de todos los sectores culturales y comunicativos del país teniendo por objeto fundamental el estudio de la creciente concentración y transnacionalización económica³⁵.

³⁴ PINILLOS, Pedro José, *Problemática financiera de las empresas informativas*, Forja, Madrid 1981; «El lanzamiento de nuevos productos al mercado»: VV.AA., *Información y Derecho de la Información*, Fragua, Madrid 1987; TALLÓN, José, *Empresa y empresario de la información. Temas para un curso de Empresa Informativa*, Dossat, Madrid 1981; *Economía de la información. (Apuntes para un curso de Empresa Informativa)*, ed. del autor, Madrid 1987; CRESPO DE LARA, Pedro, «Las empresas de los medios de comunicación social»: Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, *La Iglesia ante los medios de comunicación social*, Ediciones Paulinas, Madrid 1978.

³⁵ LÓPEZ ESCOBAR, Esteban & D'ENTREMONT A., «Comunicación colectiva y desarrollo socioeconómico: cambio social, información y libertad»: *Persona y Derecho*, vol. V, Pamplona 1978; GUBERN, Román, «Crítica a la utopía comunicacional capitalista»: MORAGAS, Miquel de (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona 1979; «Poder económico y poder comunicacional», *Anàlisi* 4, Bellaterra, diciembre 1981; MURCIANO, Marcial, *Comunicación de masas, desarrollo y dependencia. Economía, sociología y política en la investigación de la comunicación masiva en América Latina*, FCI, tesina, Bellaterra 1980; BUSTAMANTE, Enrique, *Los años de la información en España*, Akal, Madrid 1982; «Políticas de comunicación. Un reto actual»: MORAGAS, Miquel (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona 1985; «Una década de incomunicación», *Las Nuevas Letras* 3-4, Diputación Provincial, Almería, invierno 1985; DÍEZ DE CASTRO, Emilio, *Economía y política de las comunicaciones*, Universidad de Sevilla, Sevilla 1983; MONTERO GARCÍA-CELAY, Agustín, *Principios económicos de la información*, FCI, tesis doctoral, Madrid 1983; GIFREU, Josep, *Sistema i polítiques de la comunicació a Catalunya. (Premsa, ràdio, televisió i cinema, 1970-1980)*, L'Avenç, Barcelona 1983; GIFREU, Josep et al., *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: horitzó 1990*, Institut d'Estudis Catalans, Barcelona 1986; TORRES LÓPEZ, Juan, *Economía de la comunicación de masas*, Grupo Cultural Zero, Madrid 1985; CORBELLA, Joan M., *Desenvolupament socio-econòmic i equipament de mitjans de comunicació a Catalunya*, FCI, tesina, Bellaterra 1985; VALLS, Josep Francesc, *La jungla comunicativa. Empresa y medios de comunicación en España*, Ariel, Barcelona 1986; MATEO, Rosario de & RIEROLA, Josep M., «Questions econòmiques: costos i finançament dels mitjans de comunicació local a Catalunya»: *Primeres Jornades sobre Meso-Comunicació a Catalunya*, UAB, Bellaterra 1985; COMAS ARÀJOL, Lluís, «Cap a una economia de la informació?», *Anuari de la Secció d'Economia*, IEC, Barcelona 1986; GIORDANO, Eduardo & ZELLER, Carlos, *Europa en el juego de la comunicación global*, FUNDESCO, Madrid 1988; GARITAONANDÍA, Carmelo et al., «Estructura y política de comunicación en Euskadi»: *Comunicació social i identitat cultural*, AIERI, Barcelona, julio 1988; ZALLO, Ramón,

Tanto la revista *AEDE*, de la Asociación de Editores de Diarios Españoles —desde 1979—, como *Telos*, de FUNDESCO —a partir de 1985—, han publicado desde sus inicios artículos que analizan diferentes aspectos del fenómeno comunicativo de masas desde una perspectiva económica. Mientras que los artículos de aquella suelen ser breves y generalmente descriptivos, los de ésta suponen en algunos casos sugerentes aportaciones a esta disciplina. Asimismo, la *Revista del Instituto de Ciencias Sociales*, de la Diputación de Barcelona; *Nuestro tiempo*, de la Universidad de Navarra; *Información Comercial Española*, del Ministerio de Economía y Hacienda, y *Mensaje y Medios*, del Ente Público RTVE, han publicado algunas veces artículos de carácter económico sobre la cultura y comunicación en España³⁶.

Conclusiones

A lo largo del presente siglo, los estudios sobre economía de la comunicación se han ido consolidando en España, sobre todo desde que existen las facultades de ciencias de la información. De unos orígenes modestos y en los que las posturas ideológicas y doctrinales primaban sobre las científicas y metodológicas, se ha ido evolucionando hacia un mayor rigor académico y clarificando campos y conceptos, en consonancia

Economía de la comunicación y la cultura, Akal, Madrid 1988; BUSTAMANTE, Enrique & ZALLO, Ramón (coord), *Las industrias culturales en España*, Akal, Madrid 1988 (incluye textos de José Carrón, Rosa Franquet, Daniel E. Jones, Inmaculada Gíu y Ramiro Gómez).

³⁶ En la revista *AEDE* se han publicado, entre otros, los siguientes artículos: LUCA DE TENA, Guillermo, «El empresario de prensa», núm. 1, Madrid, junio 1979; SORIA, Carlos, «Editor y director: una relación variable a través del mundo», núm. 2, diciembre 1979. DE LA VIUDA, Luis Ángel, «La empresa de radiodifusión», núm. 6, 1982; PINILLOS, Pedro José, «Prensa y radiotelevisión: diferencias empresariales», núm. 6, 1982; JIMÉNEZ MESA, Juan Ignacio, «Empresa periodística y relaciones laborales», núm. 8, mayo 1984; ECHEVARRÍA, Alejandro, «El editor, la organización y el futuro», núm. 8, mayo 1984; ECHEVARRÍA, Alejandro, «La gestión moderna de la empresa periodística», núm. 9, 1984; OUTERIÑO, José Luis, «Supervivencia del diario y concentración del proceso industrial», núm. 9, 1984. En la revista *Telos*: BUSTAMANTE, Enrique, «España: riesgos nacionales, retos internacionales», núm. 3, julio-septiembre 1985; CORBELLÁ, Joan M., «Desarrollo socioeconómico y equipamiento de medios de comunicación», núm. 5, enero-marzo 1986; GARCÍA LLOVET, Enrique, «Empresa informativa y libertades de la comunicación», núm. 7, septiembre-noviembre 1986; HERREROS ARCONADA, Mario, «Aspectos económicos de la publicidad», núm. 8, diciembre 1986; JONES, Daniel E., «La penetración transnacional en la cultura española: el liderazgo de Bertelsmann», núm. 10, junio-agosto 1987; FRANQUET, Rosa, «Concentración radiofónica: un proceso inconcluso», núm. 14, junio-agosto 1988. Algunos artículos de otras revistas son los siguientes: FUENTE IZARRA, Emilio de la, «Los indicadores económicos de los medios de comunicación de masas en el caso español», *Revista del Instituto de Ciencias Sociales* 15, Barcelona 1970; VIZOSO MOZO, Ángel, «Cine y televisión en la exportación española», *Información Comercial Española* 568, Madrid 1980; FEDERICO, Jorge de, «Ante las televisiones privadas: así se repartirá la publicidad y la audiencia», *Mensaje y Medios* 1, Madrid, junio-julio 1988; VV.AA., «La condició periodística a Catalunya», *Annals del Periodisme Català* 13, Colegio de Periodistas, Barcelona, septiembre 1987; MATEO, Rosario de, «Poder y modelo de comunicación en Nicaragua: de Somoza García al sandinismo», *Afers Internacionals*, nums. 14-15, CIDOB, Barcelona, 1988.

con el conjunto de la teoría económica. Sin embargo, hasta ahora no siempre los métodos de análisis han sido evolutivos sino muchas veces sustitutorios unos de otros, hecho que en ciencias sociales no parece un camino muy adecuado.

Por otro lado, al tratarse de un tipo de análisis que afecta muy directamente a los intereses vitales de las propias empresas comunicativas —como son los económicos y los financieros—, los distintos investigadores han seguido caminos diversos y en gran medida se han ignorado unos a otros. Tal puede decirse de las dos grandes corrientes de análisis de este fenómeno —la micro y la macroeconómica— que, en líneas generales, han coincidido, respectivamente, con una cierta postura integrada o crítica. Quienes se han ocupado de la economía de la empresa comunicativa³⁷ han buscado sobre todo contribuir a una mayor eficiencia en la gestión de ésta, en tanto que quienes se han orientado por la economía política de la comunicación³⁸ han denunciado los abusos de poder —tanto económico como político, cultural e ideológico— de los poseedores y gestores de las industrias y servicios culturales y comunicativos.

Ambas posturas son lícitas en una sociedad en la que están garantizadas las libertades de expresión y de empresa y, probablemente, resulta inevitable que así ocurra. Sin embargo, como se ha podido constatar en este artículo, si bien la producción biblio-hemerográfica especializada ha ido creciendo numéricamente —sobre todo en la última década—, no ha ocurrido lo propio con unas líneas de investigación claramente definidas y planificadas, coherentes y de gran aliento que permitan servir de base teórica para futuros trabajos o bien para la toma de decisiones políticas sobre el futuro del subsistema comunicativo de masas del país.

Los estudios hasta ahora realizados —importantes en pocos casos— han sido generalmente aislados y, en ocasiones, coyunturales, faltos de miras y no han sabido aprovechar la labor realizada con anterioridad por otros investigadores. De esta manera, muchas veces se ha partido de cero y se han desaprovechado trabajos previos. Esta costumbre, afortunadamente, está comenzando a cambiar. Hoy en día las facultades de ciencias de la información, principalmente, están aglutinando en torno suyo a expertos que trabajan muchas veces en equipo o bien con la ayuda de colegas de su propia disciplina. Resta mucho para que pueda alcanzarse el nivel conseguido en otros países desarrollados, pero algunas muestras son suficientes para creer que se transita al fin por el camino adecuado.

³⁷ Entre los autores más significativos de esta corriente cabría incluir a Nieto, Tallón, Pinillos, Iglesias, Soria y Conesa Sánchez.

³⁸ Destacan aquí, entre otros, Ungría Gargallo, Vázquez Montalbán, Bustamante, Zallo, Matco y Timoteo Álvarez.

- BECKER, Jörg (1988); *Tecnología de la información. Reto para el Tercer Mundo*, IPAL, Lima.
- BUSTAMANTE, Enrique (1987); «La industria de los media: el reto europeo», *Fundesco* 65, FUNDESCO, Madrid, enero.
- CASASÚS, Josep Maria (1987); *El pensament periodístic a Catalunya*, Curial, Barcelona.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus (1974); *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, 2ª ed., Anagrama, Barcelona.
- EQUIZA ESCUDERO, Pilar (1986); «La investigación de la comunicación en España (1940-1982)»: *Juan Beneyto, periodismo y universidad*, Caja de Ahorros Provincial, Alicante.
- FLICHY, Patrice (1982); *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*, Gustavo Gili, Barcelona.
- GARNHAM, Nicholas (1985); «Contribución a una economía política de la comunicación de masas»; MORAGAS, Miquel de (ed.); *Sociología de la comunicación de masas*, 3ª ed., Gustavo Gili, Barcelona.
- GIFREU, Josep (1988); «Mass Communications Research in Catalunya», *Anàlisi*, monografía, Bellaterra, julio.
- GIRARD, Agustín (1982); «Las industrias culturales: ¿obstáculo o nueva oportunidad para el desarrollo cultural?»: ANVERRE, Ari et al.; *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, FCE/UNESCO, México.
- HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor W. (1974); «La industria cultural»: VV.AA.; *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila Editores, Caracas.
- JONES, Daniel E. (1987); «Revistas sobre comunicación: mucha divulgación y escasa teoría», *Telos* 10, FUNDESCO, Madrid, junio-agosto.
- MACDONALD, Dwight (1974); «Masscult y midcult»: VV.AA.; *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila Editores, Caracas.
- MACHLUP, Fritz (1962); *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, Princeton University Press, Princeton.
- MATTELART, Armand & PIEMME, Jean-Marie (1982); «Las industrias culturales: génesis de una idea»: ANVERRE, Ari et al.; *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, FCE/UNESCO, México.
- MORAGAS, Miquel de (1981); *Teorías de la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*, Gustavo Gili, Barcelona.
- (1988); «Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual», *Cinco* 1, AIC, Madrid, junio.
- PORAT, Marc Uri (1977); *The Information Economy. Definition and Measurement*, Department of Commerce, Washinton DC.
- URABAYEN, Miguel (1982); «Communications et médias: les orientations de la recherche en Europe-Espagne», *Les Cahiers de la Communication*, vol. 2, París.
- WILLIAMS, Raymond (1982); *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Ediciones Paidós, Barcelona.
- ZALLO, Ramón (1987); «Economía de la comunicación y de la cultura», *Telos* 10, FUNDESCO, Madrid, junio-agosto.

Resumen

El autor presenta de forma exhaustiva y documentada las diversas fuentes bibliográficas y hemerográficas que agrupan los estudios científicos sobre comunicación y cultura desde una perspectiva económica en el marco de la producción académica española.

Palabras clave: economía de la comunicación, investigación en comunicación, España.

Nota biográfica

Daniel E. Jones, licenciado en Ciencias de la Información, ha colaborado en varias investigaciones realizadas en Barcelona y en Madrid en los últimos años. Actualmente es investigador en el Centre d'Investigació de la Comunicació, de la Generalitat de Catalunya.
