


[PORTADA](#)
[INFORMACIÓN GENERAL](#)
[CONSEJO EDITORIAL](#)
[ENVÍO DE ORIGINALES](#)
[NÚMEROS ANTERIORES](#)
[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)
[CREATIVE COMMONS](#)
[BÚSQUEDAS](#)
[CONTACTO](#)

Google DENTRO DE C&S

OK


[Reseña /](#)

Ángel Arrese

Empresa informativa y mercados de la comunicación. Estudios en honor del Profesor Alfonso Nieto Tamargo.

Eunsa, Pamplona, 2002, 530 pp.

Alfonso Nieto, primer catedrático de Empresa Informativa en España, ha fecundado un ámbito académico nuclear en las disciplinas sobre comunicación: la empresa informativa. Las obras del profesor Nieto navegan, por tanto, en dos campos esenciales en la sociedad de nuestro tiempo: la comunicación y la economía. Su docencia, su investigación y su brillante ingenio han descubierto nuevos mediterráneos en esos dos océanos tan viajados y tan tempestuosos. Prueba de ello es este volumen bien editado, en el que se convoca a 23 autores que le deben mucho al profesor Nieto. Son quinientas páginas que muestran una pequeña parte de los numerosos itinerarios que la labor investigadora del homenajeado ha abierto. Una parte que sólo comprende el ámbito académico y que deja, por tanto, pendientes otros campos, puesto que también fue rector de la Universidad de Navarra desde 1979 hasta 1991, primer decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la misma universidad y Award of Honour del Journal of Media Economics, el más prestigioso de los premios de su ámbito. Por tanto, el libro se presenta como una recapitulación de estudios que beben –en mayor o menor medida– de la fuente intelectual del profesor Nieto: dirigió la tesis doctoral de la mayoría de los autores y compartió capítulos en libros o participó en proyectos de investigación con muchos de estos.

Los 23 capítulos del libro se dividen en cinco partes: empresa y economía de los medios; sectores y mercados de la comunicación; gestión de contenidos y audiencias; comunicación institucional; y retos de los nuevos mercados de la comunicación. En la primera parte, escriben algunos autores que han centrado su interés en la gestión de empresas de comunicación y de la economía de los medios: Alfonso Sánchez-Taberner –actual decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra y presidente de la European Media Management Association–, Leo Bogart y Carlos Soria –presidente y vicepresidente de Innovation Media Consulting Goup, respectivamente–, Alan Albarran –editor del Journal of Media Economics– y Robert G. Picard –director del Máster en Media Management de la Escuela de Negocios de Jönköping–. En la segunda parte, Ángel Faus, Francisco Iglesias, Fernando Cabello y Ángel Arrese toman el pulso a sectores y mercados como la radio, las revistas o la prensa económica. En la tercera, se tratan los contenidos y las audiencias, uno de los ámbitos más estudiados por el profesor Nieto, donde muestra siempre como trasfondo una gran esperanza en la persona: escriben los autores Mercedes Medina, Mónica Herrero, Idoia Portilla, Xavier Bringué o Francisco Javier Pérez-Latre. –El penúltimo apartado recoge algunas aportaciones sobre la comunicación institucional de los profesores José María Desantes Guanter, José María La Porte, Juan Manuel Mora, Marc Carroggio y Juan de los Ángeles, que siguen la estela de las reflexiones de Nieto en este ámbito, particularmente impulsado por él. Por último, cierran el libro algunas colaboraciones que tratan sobre los retos del mercado de la comunicación y simbolizan de manera acertada la visión de Alfonso Nieto, que en su día prestó atención a fenómenos tan actuales como la prensa gratuita, las centrales de medios, el marketing de relaciones o los servicios comerciales de información. En esta parte, colaboran los profesores Esteban López-Escobar, Pedro Lozano Bartolozzi, Charo Sádaba Chalezquer y Loreto Corredoira y Alfonso.

El futuro de las empresas de comunicación, la propiedad de los medios y el periodismo, la radio digital, la sociedad civil e Internet, la medición de las audiencias, la televisión de pago y su economía, el mercado de las revistas, el departamento de comunicación en la empresa... son otros de los temas que tratan los autores de este volumen. Un anexo final muestra las principales publicaciones del profesor Nieto, así como una relación de tesis doctorales dirigidas.

En conclusión, si el académico homenajeado resulta una figura esencial en el ámbito de la empresa informativa y, por extensión, de la comunicación, esta obra no lo es menos para todo aquel que quiera profundizar en esos amplios temas. Con estas páginas, por tanto, se logran sobradamente tres objetivos: tomar el pulso al mundo de la economía y la comunicación, a la luz de las aportaciones de Alfonso Nieto; conocer las últimas investigaciones de prestigiosos autores de este terreno científico; y comprender, valorando, la profunda huella intelectual que el profesor Nieto ha dejado en este campo académico.

Miguel CARVAJAL
mcarvajal@umh.es
[arriba](#)