

RICARDO ACIRÓN ROYO

TRATAMIENTOS PECULIARES DE LOS MENSAJES INFORMATIVOS

1.- Interdependencia de culturas

Jacques Rigaud (1979), en un informe al gobierno de Giscard, ya expresaba hace un decenio que la interdependencia de culturas era una realidad vivida y no un tema de reflexión filosófica. Unos modelos dominantes, difundidos por los imperialismos ideológicos o económicos, o simplemente a través de la uniformización de las costumbres, crean referencias y valores de alcance planetario.

De donde resulta una doble tendencia, visible en todas las partes del mundo, a la exaltación de la identidad cultural de las naciones, de las comunidades locales, de toda suerte de minorías, y al reconocimiento de esta emergente civilización de lo universal.

Convendrá, por tanto, que no perdamos de vista este doble plano de realidades, de manifestaciones de las culturas. Culturas, en su genuina acepción de conjunto de modos de vida y hábitos, conocimientos y grado de desarrollo científico, artístico, industrial, etcétera, en una época y por parte de unos grupos sociales concretos.

Y que no lo hagamos, sobre todo, cuando, en los últimos diez años, algunos países europeos han seguido anclados en la exclusiva

defensa de las llamadas "soberanías de las culturas nacionales" y cuando sus dirigentes han podido incurrir, tal vez, en un doble error.

De un lado, parecieron estar remisos, ignoraron o permanecieron ajenos ante el fenómeno de la internacionalización de los sistemas de comunicación y de información y de las consiguientes evoluciones y repercusiones de los mismos. De otro, marginaron o discriminaron como subculturas a unas manifestaciones culturales de raíces específicas, según sus ámbitos locales, regionales o territoriales propios.

Mattelart (1983), al recapitular los debates, celebrados desde 1970, sobre las estrategias de las firmas transnacionales en los campos de la información y la comunicación, reconoce que tales análisis proporcionan una enseñanza teórica importante.

Pero deberemos poner énfasis en que, en la actualidad, el modelo de desarrollo transnacional es más que la simple suma de las transnacionales. En efecto, a medida que esas firmas, sean cuales sean sus orígenes, se integran en el paisaje nacional y en la trama de los tejidos sociales peculiares, se desplazan los terrenos de mediación y de negociación en una incesante lucha de movimientos, que mantiene la internacionalización de los modos de vida y de las economías.

Parece innegable que el modelo de desarrollo transnacional es, hoy en día y cada vez más, una estructura, soportada por actores múltiples con alianzas entrecruzadas, en las que sector privado y sector público, capitales de todo tipo, combinan sus papeles en la remodelación del estado-nación. Un estado que conserva su poder de gestión y se convierte, al mismo tiempo, en la zona de tránsito de estrategias de poder y de contrapoder que, o bien lo superan, o bien no lo reconocen ya como único perímetro de referencia.

En julio del año pasado, en uno de los cursos de verano de El Escorial —iniciativa de prestigio de la Universidad Complutense de Madrid— el periodista Juan Luis Cebrián hacía la afirmación, categórica, de que la llegada de las multinacionales a los medios de comunicación españoles propiciaría la independencia para los periodistas, "al dejar éstos de depender de los intereses de las oligarquías locales". En la misma sede de los cursos, un mes más tarde, discrepábamos nosotros de ese enfoque.

No ya sólo porque el binomio dependencia/independencia del periodista viene a inscribirse en una tensión ininterrumpida, a la que no le es nada ajeno, entre otros factores, el de la sólida formación universitaria del informador. Sino porque, tal como ha hecho notar

el profesor Moragas (1988), después de que, en un tiempo, los capitales transnacionales llegaran a acuerdos *con* y *en* los Estados nacionales, en perjuicio de los ámbitos locales, a partir de ahora los acuerdos se alcanzarán, o se han suscrito ya, con los poderes identificados como autonómicos.

En definitiva, la mezcla o entendimiento de capitales privados, incluso con las empresas públicas autonómicas de comunicación, alumbrará unas estructuras nuevas que rompen, eso sí, los sistemas y estructuras de información, convencionales en las naciones-estado.

Pero, sin apartar la muy interesante cuestión del peso ejercido por toda clase de oligarquías en la manipulación y circulación de los mensajes informativos, abundemos en la reflexión, planteada, también hace dos quinquenios, por Bell (1979) en Harvard.

¿Hasta qué punto los estados nacionales resultan demasiado grandes para los pequeños problemas de la existencia y demasiado pequeños para los grandes problemas?

Evoquemos que las administraciones y los círculos empresariales norteamericanos empezaron a insistir, desde 1970, en que la regla del libre flujo de la información debía imperar en las relaciones entre los pueblos. Y cómo esta doctrina de la libre circulación de la información, de cuya génesis se ocupó Schiller (1976) con hondura, había arrancado a finales de la II Guerra Mundial y completaba el circuito de la libre circulación de los capitales, de las mercancías y de los recursos.

Al conocido rechazo de algunas naciones del Tercer Mundo, basado en la dificultad de aplicar la citada doctrina, ya que los grandes desequilibrios de infraestructuras y la propia correlación de fuerzas entre los pueblos determinaban que unos países pudieran ser más libres que otros, respondería Estados Unidos alegando la politización de los otros y apartándose de la Unesco, institución anfitriona de tales reivindicaciones.

La alternativa estadounidense, formulada por Harley (1984), no se hizo esperar. Y el reinado de la disciplina de mercado adquirió rango de auténtico relevo político.

¿Hasta dónde la muy reciente estrategia de la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura logrará superar, por otro lado, la crisis abierta por el Nuevo orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC)?

Para garantizar el retorno de Estados Unidos y del Reino Unido a su seno, ¿le bastará a la Unesco fomentar, en los estados que lo deseen, "la formación de profesionales de la comunicación", así

como el desarrollo de las condiciones de una educación en los medios, que potenciaría el espíritu crítico entre los usuarios y la capacidad de reacción de los individuos y de las comunidades, frente a toda forma de manipulación?

En el plan de la Unesco para los próximos seis años se acogen los postulados norteamericanos de la libre circulación de la información pero sin desechar las tesis del Tercer Mundo, en pro de una difusión más amplia y mejor equilibrada de la información y de la producción cultural, sin ningún obstáculo a la libertad de expresión.

Puede suponer un avance de entendimiento el que las nociones en pugna—libre circulación y equilibrio informativo—empiecen a ser consideradas como conceptos complementarios. Y, sin salirnos de un plano meramente teórico, habría que considerar un hallazgo el que una organización con 161 países miembros se comprometa a facilitar a los periodistas el más amplio acceso posible a la información y asegure a los medios, tanto privados como públicos, las condiciones para consolidar su independencia. No obstante, habrá que atenerse a los resultados del estudio que se haga, acerca del estado de la libertad de expresión en el mundo, a propuesta del profesor Mayor Zaragoza.

Ya Tunstall (1977) ha repasado los perfiles de un imperio informativo incuestionable; Schiller (1976 y 1983) ha estudiado la expansión supranacional de la información y de los medios; y Timoteo Álvarez (1987 y 1988) y otros han seguido y analizado la formación de "trust", cadenas y grupos "multi-media", sobre todo en las naciones más avanzadas de la Europa comunitaria. Por otro lado, Hamelink (1981), con su clasificación de las grandes industrias con presencia en la comunicación internacional, y Richeri (1988), al hacer el recuento de los 68 principales satélites con funciones televisivas, nos brindan un panorama bastante exacto para la reflexión.

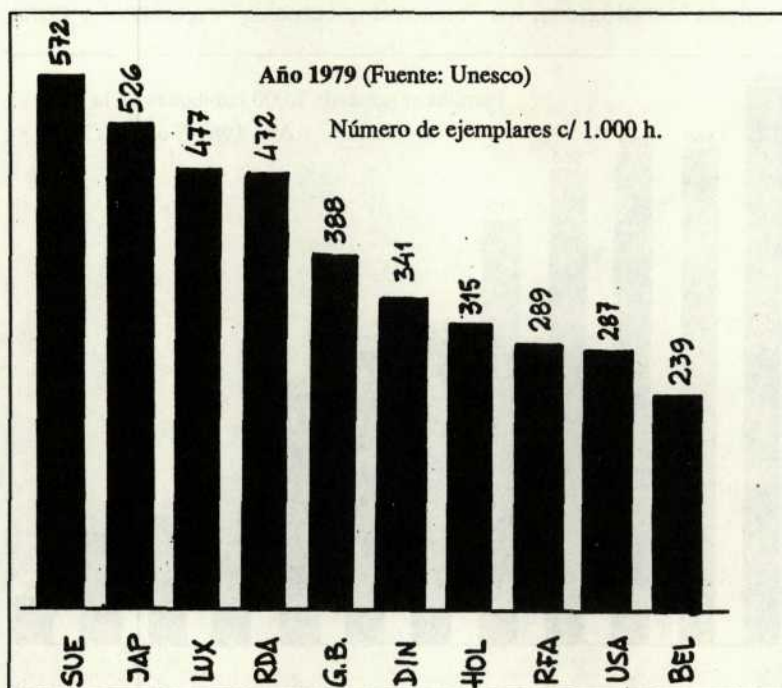
2.- El triunfo de la diversidad

Al fenómeno de la concentración empresarial tendríamos que añadir, y en su caso oponer, la verificación de que sigue sin haber indicios, por ejemplo, de una prensa europea como tal. Los diarios y revistas en la CE son especialmente heterogéneos y contienen mensajes informativos, exponentes de una gran variedad de culturas.

Y ello, al margen de que luxemburgueses y británicos lean más diarios que el resto de los europeos; los belgas prefieran las revistas

femeninas; los holandeses, griegos, españoles y portugueses se inclinan por la prensa del corazón; o que los italianos opten por las crónicas mundanas y los temas de acentuado carácter político y religioso.

Detengámonos en los dos cuadros siguientes. Reflejan la evolución de la difusión de los periódicos, en las naciones de mayor lectura



de prensa, por cada 1.000 habitantes, en el quinquenio 1979-1984:

Por lo que concierne a los países comunitarios, comprobamos que:

- Mientras en el Reino Unido la difusión subió de 388 a 414, en Dinamarca el incremento fue de 341 a 359, y en la República Federal de Alemania el aumento pasó de 289 a 350.

- Francia casi se mantuvo igual: 214 a 212. Y lo mismo Italia, de 113 a 108, y los Países Bajos, de 315 a 310.

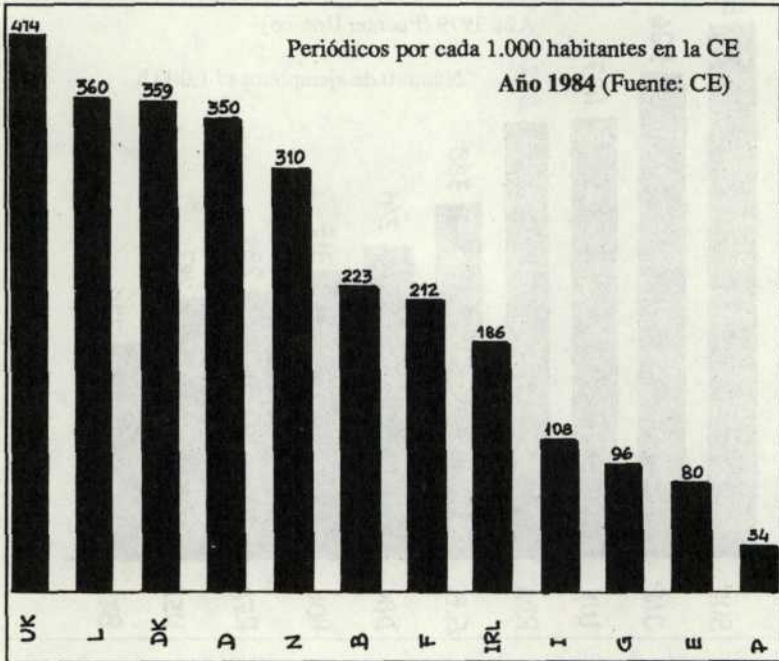
- En cambio, descendió en Luxemburgo, de 477 a 360; en Bélgica, de 239 a 223, en Irlanda, de 222 a 186, y en Grecia, de 107 a 96.

En consecuencia, no son exactas las afirmaciones de que se ha producido un retroceso generalizado en casi todos los diarios de la Comunidad, tanto en tiradas como en número de lectores, ni tampoco que ese retroceso se deba al desarrollo de la radio y de la

televisión.

Mucho menos, cuando casi todos los países comunitarios en los que se ha experimentado un mayor auge de los medios audiovisuales justamente son los mismos en los que han crecido los niveles de difusión y lectura de periódicos.

La inflación, el incremento del precio del papel, el alto coste de los equipos tecnológicos, los "costes intelectuales" crecientes y otras



causas son las que han podido incidir en la retracción de la prensa en unos pocos países.

Otras causas, señalábamos.

Aunque los periódicos en la CE responden a diferentes culturas, precisamente por ello han de seleccionar, cuidadosamente, sus mensajes informativos y aproximarlos a los respectivos públicos o audiencias.

La Comisión Europea recomendaba, en 1984, que los diarios encontraran una nueva función, que podría consistir en ayudar al lector a situar los acontecimientos en un contexto sociológico o a formarse un juicio.

Y, por supuesto, la especialización en los mensajes locales y el automático aumento de los diarios regionales parecen ser las características más sobresalientes del nuevo estilo de la prensa en la

Europa de los Doce.

Dentro de los cuatro países en que disminuyeron tiradas e índices de lectura, la retracción se producía en los diarios denominados nacionales o de ámbito estatal y porque, en esas mismas naciones, fallaban las alternativas regionales o locales.

Insistimos: alternativas regionales o locales. Dado que Bélgica ha sido, precisamente, la cuna de otro tipo de publicaciones alternativas, centradas en la ecología, el aborto o el feminismo: alternativas que, tras un efímero esplendor, naufragaron.

En la R.F. de Alemania sólo se distribuyen cinco diarios, cuando más, seis en los "länders". Incluso el "Bild Zeitung", que circula por toda la República, saca sus cinco millones de ejemplares a través de ocho ediciones regionales distintas.

Más del 70% de la tirada de la prensa francesa puede atribuirse a los diarios regionales. Y la misma tendencia se aprecia en Italia y España.

El retroceso de los diarios de circulación suprarregional también ha podido deberse al éxito de ciertas revistas semanales, las de radio y televisión; las especializadas en mujeres, en deportes, en música, pasatiempos y ocio... Las obligaciones laborales diarias también han reconducido, tal vez, a muchos ciudadanos, no habituados a la lectura de los diarios, a adquirir prensa semanal o diarios dominicales.

Y aún, otra causa más del repliegue de algunos diarios de circulación estatal en la Europa Comunitaria acaso radique en el vuelco producido en el reparto de la tarta publicitaria, aspecto en el que no entraremos aquí.

3.- Algunos rasgos de la Prensa autonómica española

En 1979, existían en España 115 periódicos diarios; coexistían la prensa privada y la del Estado; sobrevino una fuerte inflexión publicitaria, provocada por la crisis económica general del país, coincidente con la desviación a televisión y a radio; los sistemas de producción eran arcaicos, con infraestructuras propias de los años treinta y que determinaban unas plantillas abarrotadas en los talleres. Los niveles de lectura eran mínimos, los más bajos de todos los países de la CE, excepto Portugal; las innovaciones en lenguaje y diseño eran nulas y la credibilidad de los contenidos periodísticos apenas gozaba de influencia...

Un panorama tan desolador difícilmente podía empeorar. Máxi-

me, cuando, ya en 1982, según Virseda, director general de Medios de Comunicación Social, la deuda ejecutable de los diarios españoles, por Hacienda y la Seguridad Social, alcanzaba los cinco mil millones de pesetas.

Nos referimos a 1979 porque en ese año empiezan a cerrar periódicos y se acelera una profunda reconversión. De hecho, cuatro años antes, la fotocomposición iniciaba la batalla contra la composición en plomo.

Fuera de la aparente diversificación de cabeceras y atomización de las empresas periodísticas, en 1975, el profesor Nieto afirmaba que treinta personas individuales tenían en sus manos, por lo menos, el 50% de la propiedad de los periódicos españoles, cuya circulación era más de la mitad de la difusión total controlada de la prensa diaria del país.

En 1987, los sistemas redaccionales informatizados, con los vídeo-terminales, tenían implantación en el 50% de los periódicos; aunque sólo doce poseyeran soluciones para la compaginación plenamente automatizada de las planas, eludiendo la maquetación manual.

Sobre la renovación tecnológica, cabría añadir que la prensa en España está ya plenamente inmersa en un proceso ininterrumpido.

Por otro lado, la llamada prensa del Estado quedó liquidada en 1983.

Otro rasgo a destacar es la práctica desaparición de los diarios de tarde; los que figuran como tales son, en la práctica, de media mañana o de mediodía. Y, asimismo, la definitiva ausencia de los quioscos de los diarios de partido.

Actualmente, con las nuevas apariciones en Madrid y Canarias, hay 110 diarios españoles, editados por 103 empresas periodísticas.

Prestemos atención al cuadro nº 1 siguiente:

Cuadro nº 1

Los diez periódicos diarios españoles de mayor difusión en 1987

Medio	Tirada	Difusión	
1.- "El País"	453.793	360.398	(Media diaria)
"El país"	776.467	682.305	(M. semanal)
2.- "ABC" (Madrid)	287.809	235.107	
"ABC" (Madrid/Sevilla)	471.103	405.491	(Semanal)
3.- "La Vanguardia"	210.323	194.553	

	“La Vanguardia”	336.739	313.181	(M. domingos)
4.-	“As”	204.167	153.504	
	“As”	219.649	183.441	(Semanal)
5.-	“El Periódico”	186.161	150.912	
	“El Periódico”	284.231	235.032	(Domingos)
6.-	“Diario 16”	179.134	134.534	
	“Diario 16”	245.746	193.261	(Semanal)
7.-	“El Correo Español/El Pueblo Vasco”	132.656	115.511	
8.-	“Marca”	154.029	92.059	
9.-	“Ya”	109.390	79.582	
	“Ya”	152.463	111.953	(Semanal)
10.-	“La Voz de Galicia”	88.529	77.078	
	“La Voz de Galicia”	126.501	114.728	(Domingos)

Elaboración propia.

Fuentes: “Recopilación de los controles efectuados en el año 1987”. Oficina de Justificación de la Difusión - O.J.D.

Consideremos, ahora, que si hasta 1985 los nueve diarios de mayor difusión estaban editados sólo en Madrid y en Barcelona, deduzcamos del cuadro anterior:

- La irrupción de “El Correo”, de Bilbao, en el lugar 7º. Y el de “La Voz de Galicia”, en el 10º.

- Ya fuera de cuadro, a sus puertas, el 11º sería “El Diario Vasco”, con 76.921 ejemplares, a muy corta distancia del anterior.

- Igualmente, avanzan en la difusión: “Heraldo de Aragón”, con 82.861 ejemplares los domingos; “Las Provincias”, de Valencia, con 78.312 ejemplares. Aunque casi dupliquen un día la difusión media de la semana.

También deberíamos reseñar el rasgo del asentamiento de la prensa en lenguas autóctonas.

Si pretendiéramos afrontar el capítulo de los índices de lectura, tendríamos que tener presente el cuadro nº 2, que sigue, alusivo a las diez revistas semanales españolas de mayor difusión en 1987.

Y también el cuadro nº 3, de difusión de la prensa diaria por 1.000 habitantes en el mismo año:

Cuadro nº 2

Las diez revistas semanales de mayor difusión en 1987

Medio	Ciudad	Tirada	Difusión
1.-"Tele Programa"	Madrid	942.765	800.223
2.-"Pronto"	Barcelona	891.503	773.676
3.-"¡Hola!"	Madrid	660.952	570.839
4.-"Tele Indiscreta"	Barcelona	570.456	453.632
5.-"Lecturas"	Barcelona	493.519	379.932
6.-"Diez Minutos"	Madrid	493.592	378.379
7.-"Semana"	Madrid	439.247	340.274
8.-"Interviú"	Barcelona	331.737	233.007
9.-"Tiempo de Hoy"	Madrid	212.584	150.311
10.-"Cambio 16"	Madrid	212.125	142.957

Elaboración propia.

Fuentes: "Recopilación de los controles efectuados en el año 1987". Oficina de Justificación de la Difusión - O.J.D.

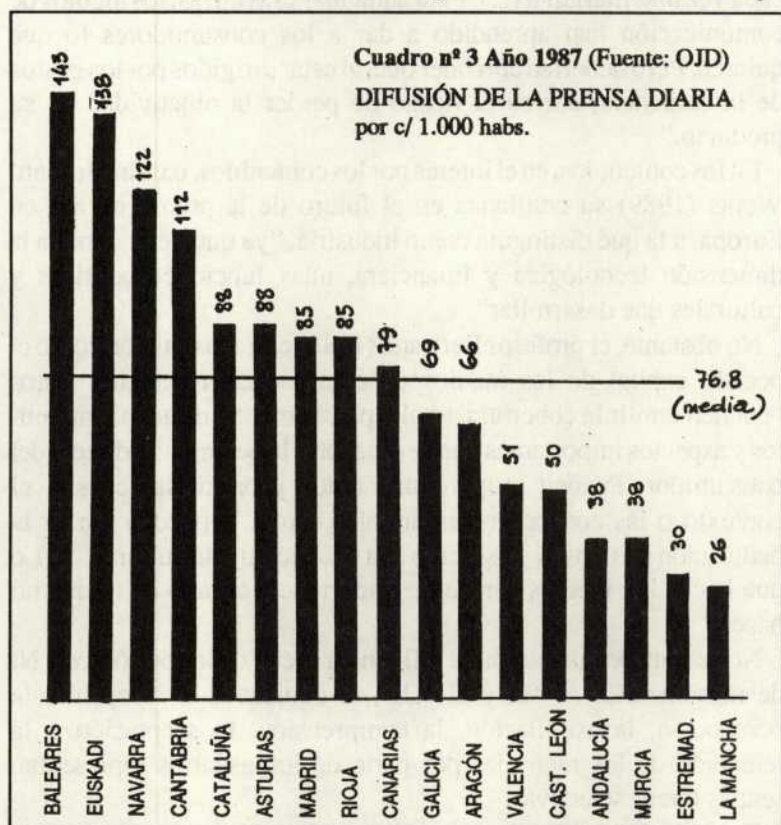
Con los datos anteriores, y si atendemos al informe "La nueva identidad de la prensa: transformación tecnológica y futuro", de los profesores Díaz Nosty, Timoteo Álvarez y Lallana —según el cual estamos situados, en cuanto a difusión media de prensa en el ámbito estatal, en el puesto 42 del mundo, más exactamente en el área tercermundista, por detrás de Chile y delante de Perú—, ya contamos con bastantes referencias para una reflexión preocupada y una investigación comprometida.

4.- *¿Retos - peculiaridades para los mensajes?*

Sería interesante matizar cómo le asiste la razón a Claude Monnier (1988), cuando asegura que la prensa escrita, lo esencial de la prensa escrita, sobre todo, está en trance de desviarse peligrosamente del camino. De su propia vía. Porque lo que era un producto destinado, en primer lugar, a unos lectores, tiende, irremisiblemente, a transformarse en un producto destinado a unos consumidores. "Y no a consumidores de ideas, precisamente, sino a consumidores de televisión, de chalets en el campo, de curas de adelgazamiento y de relojes digitales."

Juan Arias (1989) daba cuenta, hace unos meses, de que, en el caso de Italia, la audiencia de periódicos y revistas crecía, pese al alto número de canales de televisión. Según los resultados de un sondeo científico del ISTAT, el 61% de los 57 millones de habitantes lee un periódico diario, por lo menos una vez a la semana, desde los 11 años de edad. Y los temas más leídos son los de crónica local (71'8%), política nacional (51'6%), deportes (47'2%), crónica negra y judicial (45'5%), actualidad internacional (32'6%), cultura (26'2%) y economía (19'7%).

Como contrapunto, "The Washigton Post", del 16 de mayo



pasado, aludía a una cuestión de máxima actualidad: las audiencias marginales.

El diario norteamericano evocaba que, hace veinte años, leían los periódicos un 78 por ciento de los habitantes de Estados Unidos, mientras que ahora lo hace un 64 %.

Frente a la pérdida de esos catorce puntos aclaraba que, para conseguir llegar a más gente, los medios se dirigen a audiencias

marginales. El lector marginal es el "no lector". Los periódicos están intentando atraerse a las personas que no leen con artículos más pequeños, páginas en color y más historias de interés humano... "A medida que los lectores y telespectadores fieles disminuyen, los medios tienen que ampliar su llamada y dirigirse a una audiencia cada vez más marginal. El resultado es una espiral descendente hacia lo simple, lo sensacional y lo escandaloso. Los anunciantes sufren las consecuencias de esta espiral. El problema no es lo que se anuncia, sino que sus mensajes son recibidos por una audiencia cada vez más marginal (...). Para aumentar esas cifras, los medios de comunicación han aprendido a dar a los consumidores lo que quieren. Pero deberían aprender que, al estar dirigidos por los gustos de la audiencia, corren el riesgo de perder la objetividad de su producto."

En los contenidos, en el interés por los contenidos, basaba Bernard Wouts (1989) su confianza en el futuro de la prensa escrita en Europa, a la que distinguía como industria, "ya que tiene, junto a la dimensión tecnológica y financiera, unas funciones políticas y culturales que desarrollar".

No obstante, el profesor Bertrand (1988) cita a la omisión como el pecado capital de los medios de comunicación actuales. Estos "pueden omitir la cobertura, total o parcialmente, de acontecimientos y aspectos importantes que se escapan a la percepción directa del consumidor. Pueden proporcionar datos y omitir las causas, el contexto o las consecuencias de tales datos. Y pueden omitir la dedicación de tiempo y esfuerzo a la educación y la cultura (...). Lo que hacen los medios carece de importancia al lado de lo que no hacen."

No se trata de magnificar la influencia social de los periódicos. Ni de minimizarla. Al fin y al cabo, el consumo, la recepción, la percepción, la asimilación, la comprensión, la aceptación y la retención de los mensajes por parte de los usuarios representan sendas tareas selectivas.

Debido a la rapidez de desarrollos en la tecnología informativa, surge la posibilidad de la estratificación de los individuos en comunidades de información divergentes y cuyas actitudes, anhelos y necesidades pueden entrar en conflicto. Ese riesgo, ya apuntado, en parte, por McHale (1981), podría ahondarse por la dispar implantación territorial de la mencionada tecnología.

Retomemos al esencial punto de la toma de decisiones.

Se nos ha alertado que hoy se están desarrollando unas "ciencias

de la decisión", montadas sobre la Ciencias de la Información y de la Comunicación.

Siempre habremos de tener presente que se logren, más o menos, los "poderes de decisión" por parte de los autores de los mensajes. Los distintos territorios, en nuestro caso las comunidades autónomas, poseen sus respectivos espacios de comunicación. Por ello, la continuidad de periódicos y emisoras de radio y la implantación de la televisión, locales, son indispensables para una efectiva participación ciudadana, en la vida pública e institucional y dentro de un auténtico pluralismo. Y, por las mismas razones, debe estudiarse, en profundidad, la genuina peculiaridad de los mensajes informativos.

5.- El mercado interior de los servicios de información

Hemos investigado, directamente en Bruselas y en Estrasburgo, los expedientes de las instituciones de la CE con relación a la prensa.

Tenemos que reconocer que ni el Consejo, ni la Comisión, ni el Parlamento de Europa se han ocupado apenas de los diarios y las revistas. En muy notorio contraste con la trayectoria seguida acerca de los medios audiovisuales.

No calibramos si tal omisión, en el área que nos ocupa, es positiva o negativa; simplemente, la constatamos.

Casi como excepciones, citaríamos:

- El estudio de la Comisión Europea, de 1984, alguna de cuyas recomendaciones hemos comentado con anterioridad en este mismo trabajo.

- El informe, publicado por el Centro de Educación e Información de la Comisión (Cedice), en torno a los intercambios de prensa.

- El Documento 1-1154-, de 16 de diciembre de 1983, elaborado por M. Pol Mee March y asumido por la Comisión de la Juventud, la Cultura, la Educación, la Información y los Deportes, sobre un Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC).

- El Documento 1-47-, de 17 de marzo de 1983, consistente en una proposición de resolución, presentada por la diputada Ann Clwyd, acerca de "Deontología de la prensa".

Ninguna directiva o resolución armonizadoras salieron de esas iniciativas.

En lo que podemos estimar de tangencial repercusión para la prensa en la Europa Comunitaria, únicamente se ha propugnado el establecimiento de una política y de un plan de acciones prioritarias

para el desarrollo de un mercado de servicios de información. Estas propuestas concretas han cubierto todos los trámites institucionales y ahora aún se hallan pendientes de decisión por parte del Consejo.

Finalmente, de cara al plan de la Unesco, anteriormente mencionado, se debe a los países comunitarios la enmienda de que no haya ningún obstáculo a la libertad de expresión, en la difusión más amplia y mejor equilibrada de la información y de la producción cultural.

6.- A modo de conclusiones

- Aún no existe una prensa europea como tal. Nos hallamos en un proceso, en el que resulta difícil prever plazos para su consecución.

- Sí es exacto, o más apropiado, hablar de una prensa en la CE y en las comunidades autónomas españolas.

- Que esa prensa responde a culturas heterogéneas; a infraestructuras y trayectorias diversas; a expectativas muy diferentes. Y que, no obstante, sus singularidades se inscriben en un claro plano de interdependencia.

- A través del "imperio" de las leyes del mercado, la presencia de las transnacionales es progresiva y cada día más patente en las publicaciones periódicas impresas. También como proveedoras de nuevas tecnologías.

- Que con tal hegemonía, aún es posible que las comunidades autónomas y locales hagan valer sus intereses sociales, culturales, económicos. Los grupos sociales han de poder moderar determinadas tendencias de los grupos "multi-media".

- Que es erróneo achacar al desarrollo de la radio y de la televisión la falta de avance o la retracción de la prensa escrita, en algunos países.

- Las instituciones de la CE no han prestado aún suficiente atención al impulso efectivo de diarios y revistas, mientras han concentrado sus esfuerzos en definir y potenciar políticas audiovisuales. Si bien los países de la Comunidad Europea han mostrado un ánimo conciliador en el renglón de la Comunicación de la Unesco y han sentado las bases para un mercado interior de los servicios de información.

- Que mientras en las comunidades autónomas españolas han sido notorios los esfuerzos en cuanto a la reconversión tecnológica, ésta no siempre ha ido acompañada de igual preocupación por mejorar los contenidos de los mensajes periodísticos.

- Que una progresiva especialización en los mensajes informativos locales y regionales y un directo y automático incremento de los diarios en sus respectivos ámbitos parecen ser las características sobresalientes del nuevo estilo de la prensa que circula en la Europa de los Doce.

- Que es indispensable la colaboración investigadora de las facultades y departamentos de Ciencias de la Información para, en estrecho contacto con los medios impresos, aumentar índices de lectura y potenciarlos, en tanto que vehículos de mensajes peculiares e instrumentos culturales y de fortalecimiento democrático.

Referencias bibliográficas

- Arias, J.: "Crónica de Roma". "El País", 26 mayo 1989.
- Bagdikian, B.H.: "El monopolio de los medios de difusión". 1986.
- Bell, D.: "Communications Technology, for Better or for Worse", 1979.
- Bertrand, J.C.: "Cómo mejorar los medios de comunicación y por qué". 1988.
- Bustamante, E.: "Los años de la información en España". 1982.
- CICLOS de conferencias en los Cursos del Centro Internacional para las Ciencias de la Comunicación (CICICOM). Santa Cruz de Tenerife, años 1986, 1987, 1988, 1989.
- CONTROLES de la Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD).
- Halloran, J.: "The context of Mass Communication Research". 1980.
- Hamelink, J.C.: "La aldea transnacional - El papel de los "trust" en la comunicación mundial". 1981.
- Harley, W.: "US State Department Memorandum". 1984.
- Iglesias, F.: "La crisis de la prensa diaria en España". 1980.
- Kayser, J.: "El diario francés". 1986.
- López Escobar, E.: "Análisis del nuevo orden internacional de la información". 1978.
- Mateo, R. de: "Periodismo empresarial: el consumo de prensa escrita, análisis de casos". 1985.
- Mattelart, A.: "Transnationals and the Third World". 1983. "Pensar sobre los medios". 1987.
- Monnier, C.: "Comentarios a propósito del periodismo estratégico", 1988.
- Moragas SPA, M. de: Ciclo de conferencias del III Curso Superior de Periodismo del CICICOM. 1988.
- Nieto, A.: "La empresa periodística en España". 1973.
- Pérez del Toro, L.: "La prensa de prestigio en la CEE". 1984.
- Renckner, E.: "Prensa en Europa, no prensa europea". 1984.
- RESEÑA de la Agencia Efe, titulada "Cebrián saluda llegada multinacionales medios de comunicación", 14 julio 1988.
- Rigaud, J.: "Les relations culturelles extérieures". 1979.
- Richeri, G.: "Los satélites de televisión en Europa". 1988.
- Schiller, H.: "Communication and Cultural Domination". 1976. "Comunicación de masas e imperialismo yanqui". 1976. "El poder informático". 1983.
- Sorolla, J.A.: "La nueva estrategia de la Unesco..." "El país", 11 noviembre 1989.
- Timoteo Álvarez, J.: "Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo". 1987.
- Timoteo, A.; Diaz, N. y Lallana: "Informe: la nueva identidad de la prensa: transformación tecnológica y futuro". 1988.
- Tunstall, T.J.: "The media are American: Anglo-American in the Word". 1977.
- VARIOS:
- "Países y medios de comunicación". 1986.
- "Números de la revista "AEDE". En especial, "La prensa en Europa". 1987.
- Wouts, B.: Conferencia en Valencia. 1989.