

INDICE

Presentación. <i>Alejandro Echevarría</i>	11
Prólogo.	13
I. Un gran mercado sin fronteras. <i>Arantxa Mendizábal</i>	17
1.-Las nuevas barreras fronterizas.....	19
2.-La consecución del mercado interior.....	21
3.-Medidas del Libro Blanco.....	22
4.-Balance del Acta Unica (año 89-90).....	27
II. La política audiovisual europea. <i>Juan Carlos de Miguel</i>	29
1.-Algunos obstáculos para la constitución del audiovisual europeo.	30
1.1-Problemas económicos.	30
1.2.-La lengua y los comportamientos sociales.....	32
1.3.-Las estructuras profesionales: importantes diferencias.	34
1.4.-Disparidad de reglamentaciones.	35
1.5.-Consideración metodológica: muy diferentes televisiones.....	36
2.-Las acciones de las instituciones comunitarias, en materia audiovisual.....	38
2.1.-Introducción.....	38
2.2.-Industria de programas.	41
2.3.-Política fiscal en el sector audiovisual.	43
2.4.-Industria de materiales: la televisión de alta definición.....	43

III.	Comunidad Económica Europea, Televisiones y Regiones. <i>Carmelo Garitaonandía</i>	47
	1.-Introducción.....	47
	2.-La Comunidad Económica Europea y el futuro audiovisual.....	53
	3.-El mapa europeo: nacionalidades, regiones y minorías.....	56
	4.-El diferente proceso de regionalización de la radiotelevisión en Europa.....	58
	5.-Autonomías y televisiones autonómicas en España.....	64
	6.-Algunas conclusiones.....	68
IV.	Nuevas tendencias del lenguaje periodístico. <i>Manuel Casado</i>	73
	1.-Crisis del modelo informativo objetivista.....	73
	2.-Técnica redaccional e ideología subyacente.....	75
	3.-"Juicios de hecho" y "juicios de valor".....	78
	4.-La objetividad como ritual estratégico.....	79
	5.-Periodismo convencional y "nuevo periodismo".....	80
	6.-La "objetividad" en otro ámbito cultural.....	81
	7.-Nuevo lenguaje periodístico.....	82
	8.-Discurso literario y discurso periodístico.....	86
V.-	La documentación periodística en Europa. <i>Gabriel Galdón</i>	89
	1.-Concepto de documentación periodística.....	89
	2.-Documentación en los medios periodísticos británicos.....	92
	3.-Documentación periodística en la Europa continental.....	96
	4.-Algunas conclusiones.....	97
VI.-	El problema de las fuentes en la información económica. <i>M^a Pilar Diezhandino y César Coca</i>	101
	1.-La especificidad de la relación con las fuentes en la información económica.....	102
	2.-El problema de las relaciones establecidas con las fuentes.....	105
	3.-Conclusión.....	111
VII.-	Incidencia de la publicidad en la configuración del mercado informativo europeo. <i>Alberto Díaz Mancisidor</i> <i>y Alfonso Sánchez-Tabernero</i>	113
	1.-La evolución del mercado informativo europeo.....	113

2.-Dependencia publicitaria de los soportes informativos.....	116
3.-Tendencias del mercado publicitario en Europa.	118
4.-El "proceso de maduración" del mercado publicitario.	122
5.-Los medios publicitarios ante la nueva "tarta publicitaria".	127
6.-Modificación de los sistemas informativos.....	132
VIII. La televisión pública en los Estados Unidos y sus diferencias de programación con Europa. <i>Iñaki Zabaleta Urkiola</i>	137
1.-Introducción: notas sobre la TV en los EE. UU. y Europa.	137
2.-Apuntes históricos de la TV pública en los EE. UU.	142
3.-El concepto de TV pública en los EE. UU.	145
4.-La TV pública de los EE. UU. en la actualidad, y su futuro.	146
5.-Programación de la TV pública de los EE. UU. y su comparación con Europa. Conclusiones.	148