

INDICE

Primera parte	
Precisiones sobre la empresa en general y al empresa informativa en particular	13
La empresa en general	15
Tres dimensiones: Dinámica, estática e interna	17
Dos consideraciones: sistemática e histórica	19
Características de la organización empresarial de nuestro tiempo	22
La empresa informativa en particular	28
Matices diferenciales de la empresa informativa	
I. dualidad de fines	32
II. conurrencia a la publicidad	
III. atención creciente a la publicidad	36
IV. tendencia a la concentración	38
Segunda parte	
Introducción	51
A) fase de decantación de elementos y conceptos que, en su momento, formaran la organización informativa	53
B) A.1. En la edad antigua	
A.2. en la edad media	57
B) protohistoria de la empresa informativa	59
C) fase histórica	
C.1. Iniciación	65
C.1.1. preludio británico	
C.1.2. la revolución americana	68
C.1.3. la revolución francesa	70
C.1.4. la Europa postnapoleónica hasta 1848	74
Consideración de conjunto de la empresa informativa en esta etapa de iniciación	77
C.2. consolidación	
C.2.1. movilización periodística de la Galaxia Gutenberg	80
C.2.2. la Galaxia Hertziana	87
1. La edad de Oro de la radio	89
2. Instrumentación política de los medios (1939-1945)	97
C.2.3. el pluriverso informativo posterior a la II Guerra Mundial (1945-1960)	101
a) la prensa	102
b) los medios audiovisuales	104
C.2.4. la era audiovisual	
1.er Periodo: 1965 a 1980	112
I. modelo liberal americano	116
II. modelo monopolista	119
2.o Periodo: el proceso de liberalización (de 1980 a la actualidad)	120
a) liberalización del modelo audiovisual en los países democráticos europeos	121
b) apertura de posibilidades liberalizadoras del sistema informativo en la URSS y sus satélites	129
Conceptualización actual de la empresa informativa	130

La empresa informativa y la crisis de las formas políticas en la actualidad	132
I. concentraciones abusivas	134
II. dictadura de la publicidad	136
III. debilidad del control político y la gestión social en el sector público y de la comunicación	137
Tercera parte	
La empresa informativa e el contexto de una concepción dinámica de los sistemas político-comunicacionales	139
I. las formas como necesidad intelectual	
II. expresividad de las formas	141
III. inexpresividad de las sistematizaciones actuales	142
IV. a la búsqueda de una mejor expresividad	
IV.1. articulación constitucional, en la actualidad, de pretensión ideológica y sistema de control	144
IV.1.1. marxismo institucionalizado	
A) clima	148
B) cuba	151
El complejo postcomunista	154
El proceso de la URSS	
a) la Perestroika gorbachina	155
b) del golpe de estado de agosto de 1991 a la caída del parlamento en octubre 1992	158
A) marginación de los medios escritos neoconservadores	160
B) control gubernamental de:	
B.1. radio y TV	162
B.2. agencias	
C) la vía constitucional democrática	164
Los restantes postcomunismos	168
1) países con posibilidades de promoción democrática relativamente satisfactoria	
Polonia	169
República Checa	170
Hungría	172
Eslovenia	173
2) Países con posibilidades de promoción democrática lenta, no exenta de contradicciones	174
Países Bálticos	
Bulgaria	
Rumania	175
Eslovaquia	
3) Países estacionados en el umbral del cambio	177
Albania	
Ucrania	
Croacia y Serbia	178
Reflexión general sobre el proceso de los mass-media en los postcomunismos	179
a) moderado optimismo democrático	181
b) pesimismo autoritario	182
IV.1.2. Democracias occidentales	183

IV.1.3. autoritarismo	186
IV.2. el umbral virtual y le techo de libertad	189
IV.3. actualización de las opciones	190
Sistemas de empresas informativa	191
Reflexión sobre cada uno de los conceptos	
A) persuasión social	192
B) conducción política de masas	196
C) exclusión política de masas	197