



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[julio de 1998]

La Unión Europea y la sociedad de la información Período 1992-1997

Alfredo Alfonso ©

Licenciado en Comunicación Social. Docente e investigador. Universidad Nacional de La Plata, Argentina / Doctorando en la Universidad Autónoma de Barcelona, España

2073747@campus.uab.es

Introducción

Para iniciar este informe es necesario ubicar dos puntos de observación por donde transitan los conceptos vinculados a la sociedad de la información en la Unión Europea. Por un lado, la visión oficial, que reúne un importante número de propuestas preocupadas por instalar el debate, generar el consenso y ampliar el interés de los grupos empresariales y de la sociedad en general en el desarrollo de lo que se observa como el gran desafío hacia el siglo XXI.

En otro sector se concentraría las reflexiones de diversos sectores de los países y grupos económicos que protagonizan esta integración continental. La variedad de los análisis, con los grados de acercamiento y distanciamiento con relación a la propuesta oficial se exponen en la prensa diaria de las principales capitales de Europa Occidental.

Además, bajo el concepto de 'sociedad de la información' se habla de: desarrollos tecnológicos en nuevas redes y servicios de telecomunicación, televisión digital, ordenadores, Internet, nuevas formas de trabajar y de prestación de servicios públicos, teletrabajo, teleadministración, telemedicina, teleeducación; nuevos modelos y estructuras económicas derivados de la globalización, liberalización, privatización, mercados electrónicos, nuevas estructuras empresariales; o de nuevas formas de relación y ocio de hogares, familias e individuos. Esto lleva a que detrás de cada uno de los elementos considerados confluyen aspectos muy diferentes y posibles problemas o dificultades de muy diversa índole, que con frecuencia se plantean de manera poco diferenciada. Como algunos especialistas afirman, la propuesta de la sociedad de la información implica una "consolidación de los lazos entre políticas culturales y de medios, políticas de telecomunicaciones y políticas de I+D, con el objetivo de conseguir 'masa crítica', un gran mercado unificado y la liberalización de las infraestructuras y los servicios". (Vasconcelos, 1994).

La nueva sociedad de la información reúne dos características sustanciales: la diferenciación de espacios territoriales y el factor velocidad/tiempo. No se trata de una "sociedad transnacional" sino de una sociedad que puede ser calificada al mismo tiempo de local, nacional/ regional, estatal/regional y transnacional. Por otro lado el componente estratégico de la información se evapora a medida que transcurre el tiempo y que la difusión generalizada la convierte en trivialidad. Su valor radica en el proceso interactivo que le da origen y le confiere plusvalía.

A partir de esto se puede observar que desde las políticas gubernamentales que sostienen con más fuerza el acuerdo continental se observa cierta dificultad para responder a los interrogantes y solucionar los múltiples problemas planteados en la construcción de la sociedad de la información con carácter europeo.

Los estudios del área, en su gran mayoría interdisciplinarios y subsidiados por algún centro de investigaciones estatal o privado, en muchos casos son críticos con respecto al ritmo de crecimiento previsto. Los de carácter independiente no son muchos. Los más críticos llegan a asegurar que "la investigación en este terreno no estuvo durante mucho tiempo entre las prioridades de lo que se considera institucionalmente como estudios de comunicación o de media. En realidad, no estaba en ninguna agenda hasta que comenzó la desregulación".

Romà Gubern se plantea que "se habla con euforia de la 'sociedad de los 500 canales', aunque se habla mucho menos de qué transportarán estos canales, pues la lógica cuantitativa de los ingenieros y de los economistas ha acabado por imponerse a la lógica cualitativa de los comunicólogos críticos y de los operadores culturales, que llevan años advirtiendo que más canales significan mayor dependencia del imperio del Norte, ahora reforzado en virtud de los pactos que han consolidado el eje de poder audiovisual Los Ángeles - Tokio".

Otras críticas pueden ser consideradas muy contundentes: "Hoy, después de 15 a 20 años hablando de la revolución de la información, más del 80 por ciento de todo el tráfico de telecomunicaciones se reduce a las viejas conversaciones telefónicas". (Garnham, 1995)

A partir de estas observaciones puedo afirmar que aún están por adoptarse algunas de las más importantes decisiones en la política europea de telecomunicaciones. Mientras no se permita una competencia total en el ámbito de la infraestructura de red y en la telefonía básica (prevista en ambas para enero de 1998) no habrá liberalización completa. No es menos importante el hecho de que estamos hablando del futuro y que la mayoría de las ventajas que nos predicen los órganos normativos, los grupos industriales y otros actores interesados son, en gran medida, desconocidas.

La prevista realización de las 'autopistas europeas de la información' tendrá que resolver la compleja naturaleza de su constitución, resultado a su vez del heterogéneo contexto económico, industrial, social y político en el que han de desenvolverse. Este informe intentará vincular los puntos convergentes que estructuran los análisis sobre la sociedad de la información, reconocer los actores intervinientes en el proceso y, por último, sistematizar las proyecciones que se trazan.

Reconocimiento de antecedentes temáticos específicos

1) Telecomunicación

A lo largo de los últimos años hemos sido testigos de grandes progresos en las tecnologías propias de las telecomunicaciones. Se ha promovido desde Estados Unidos y Europa Occidental el desarrollo de las telecomunicaciones en muchos países, especialmente en Asia, Latinoamérica y Este de Europa.

Pero lo que está menos claro es que se haya progresado en la adopción de un acuerdo más amplio sobre el papel de las telecomunicaciones en la sociedad de la información.

En este sentido se puede decir que pese a la celebración de dos conferencias de alto nivel sobre la Sociedad Global de la Información (GIS) (una en Bruselas en febrero de 1995 y la segunda en Midrand, Suráfrica, en mayo de 1996) los conceptos fundamentales de lo que infraestructura global de la información y sociedad global de la información significan, no han sido todavía bien definidos y que muchas de las cuestiones relativas a estos conceptos no se entienden con claridad.

Hasta el momento, las actitudes de los consumidores y de los grupos de interés especial sobre las redes del futuro son bastante desconocidas después de haberse superado una década de experimentación. Mientras algunos usuarios no tienen ningún problema para pagar los servicios que necesitan en cada momento, aparecen preguntas obligadas sobre la igualdad de acceso.

La situación europea

Las 'autopistas de la información', desde una perspectiva político-económica, se plantearon como un núcleo de renovación productiva, capaz de impulsar un nuevo ciclo de inversiones y por lo tanto, de expansión económica. Esto resulta bastante evidente en la medida en que se considere el alto nivel político desde donde se ha lanzado esta iniciativa tecnológica, comenzando por el informe "The National Information Infrastructure: Agenda for Action", de septiembre de 1993 y que enunció Albert Gore, vicepresidente de Estados Unidos, con motivo de la reunión de la UIT en Buenos Aires en marzo de 1994 y continuando con el libro blanco impulsado por Jaques Delors como contrapartida europea en el que expuso los objetivos de la unión continental; a saber:

1) Sentar las condiciones para una oferta de servicios en calidad, cantidad y precios adecuados para que la economía comunitaria en su conjunto pudiese afrontar el desafío competitivo internacional, fundamentalmente con relación a EE. UU. y Japón; y,

2) Alcanzar las economías de escala y de conocimientos necesarias para desarrollar con éxito el sector tecnológico-industrial de las nuevas tecnologías de la información. Y esta última condición, vista a su vez desde un doble punto de vista: mejorar la eficacia de la producción de servicios para asegurar el primer objetivo y lograr un posicionamiento europeo adecuado en aspectos tecnológicos considerados estratégicos.

Por ello, si se analizan los contenidos de las actuaciones europeas en materia de telecomunicaciones, se observa que el primero de los aspectos citados ha motivado políticas y actuaciones orientadas a forzar un reordenamiento profundo de los mercados de servicios, mediante la liberalización de la oferta y eliminación de la fragmentación interna de la demanda producida por el estancamiento de los mercados nacionales.

En relación con el segundo objetivo, las actuaciones realizadas a través de las Direcciones Generales III, X y XIII de la Comisión Europea han buscado básicamente:

* Generar un mecanismo amplio y eficaz de colaboración en I+D precompetitiva, a fin de optimizar y ampliar las capacidades tecnológicas de los agentes sectoriales y permitir el desarrollo de emprendimientos que por su dimensión y/o complejidad fuesen difíciles de abordar por un solo estado o agente aislado.

* Construcción de un espacio común de normativas europeas como base para el mercado interior de equipos y servicios capaz de generar economías de escala, fortalezas competitivas y dinámica innovadora para la industria sectorial, como los Programas Measures to Encourage the Development of the European Audiovisual Industry, MEDIA (1991-1995) y MEDIA II (1996-2000), continuadores de Eurimages y Eureka. Los programas MEDIA fueron impulsados con el objetivo de crear un fondo de garantía para fomentar la producción cinematográfica y televisiva que permitiera consolidar un espacio audiovisual europeo y cuyas actividades se agrupan en tres sectores: formación de profesionales del sector audiovisual, desarrollo de proyectos de producción y distribución de obras europeas, intentando en todos los casos crear un equilibrio entre los diferentes medios: cine, televisión, vídeo y nuevas tecnologías.

En el fondo y como filosofía de las actuaciones emprendidas, están obviamente algunas convicciones que han caracterizado las políticas comunitarias. En primer lugar, que la mayor transparencia de los mercados contribuye también a hacer más competitivo el tejido industrial del sector. Pero además, se parte de considerar que los agentes industriales europeos tienen manifiestas fortalezas y ventajas competitivas internacionales, como supuestamente lo demostrarían las posiciones de vanguardia de los grupos europeos en el mercado mundial.

Lo importante es que las actuaciones y políticas comentadas han obligado a replantear aspectos industriales anteriormente vigentes, ya sea en forma explícita o en forma implícita. Entre los que se han reformulado en forma explícita, figura principalmente el abandono de las políticas industriales para el sector ejercidas en los ámbitos nacionales desde el poder de compra del operador monopólico o dominante, sin que se haya incorporado una herramienta claramente alternativa. También en este sentido camina la separación de intereses entre agentes industriales y de servicios que se ha forzado desde la Unión Europea como medida de protección de la libre competencia en los mercados de servicios, pero con el efecto inducido de un menor compromiso de los operadores en los esfuerzos de I+D industrial.

El repaso a la política de telecomunicaciones de la UE en este periodo pone de manifiesto que, aunque lejos de alcanzar el marco regulatorio claro, preciso y definitivo que se desea, las directivas comunitarias aprobadas comienzan a clarificar las líneas y criterios que regirán en el futuro.

I. 2. Espacios de comunicación

La Unión Europea es, desde 1992, el espacio regional en construcción más desarrollado. La integración, no sólo económica, sino también política y cultural, ha configurado sobre todo un amplio mercado que en la actualidad supera los 350 millones de personas y en el que se produce aproximadamente una cuarta parte del PIB mundial y un poco más de la tercera parte del comercio mundial.

Esta nueva forma de agrupación de economía y espacios nacionales se realiza como se ha avanzado en el seno de la dinámica de integración de la economía mundial y exige una redefinición de los sistemas de comunicación y de sus espacios de actuación, que se encuentran ahora conectados por una nueva dinámica de articulación que tiene una lógica de acción global, la que le infiere la actividad económica mundializada; los actores económicos principales que definen estos nuevos espacios son las modernas compañías transnacionales.

Frente a los enfoques tradicionales de hace veinte años, en los que se analizaba la oposición de las fuerzas nacionales frente a la emergencia de una creciente actividad exterior transnacional, lo característico de la actual fase es identificar en el escenario planetario al menos cuatro espacios de actividad comunicativa cada vez más diferenciados. Estos espacios son, en un orden de mayor a menor dimensión: en primer lugar, el espacio global que favorece la nueva tecnología y en el que se incrementa una difusión cada vez más amplia de mensajes sincrónicos; en segundo lugar, los espacios supranacionales o macroespacios regionales, característicos de la actual fase de regionalización; en tercer lugar, el espacio tradicional del estado-nación; y, por último, y cada vez con una mayor identidad propia, los espacios locales, diferenciados por sus características de comunidad específica (lengua, historia, religión, costumbres, territorio, etc.).

Para analizar el caso europeo se debe tener en cuenta que la diversidad cultural y lingüística de los países que lo conforman proviene de una tradición de luchas y concepciones culturales divergentes. Por este motivo el grado de diferenciación y diversidad que se expresa adquiere un protagonismo esencial en la conformación de los modelos y estructuras de comunicación que se desarrollan, es decir, el área de cobertura, el estatuto jurídico que los rige, las condiciones de producción y de financiación, la lengua y, finalmente, los contenidos y la programación.

La construcción de Europa aparece cada vez más como algo ligado a la importancia creciente de las dimensiones políticas y culturales regionales, base de la formación y el reforzamiento de la identidad de los ciudadanos europeos. Cada vez parece más

evidente que la integración europea sólo puede avanzar sobre la base del reconocimiento de las diferentes identidades y sobre la base de intereses y proyectos comunes.

Por lo que se refiere a las comunidades culturales que comparten un mismo espacio, los nuevos instrumentos de información y comunicación remota se puede considerar que puedan provocar consecuencias destructivas para los tejidos sociales, que, aunque heterogéneos por definición, están vinculados entre sí por sentimientos de pertenencia. Por su alta disponibilidad, las redes de interconexión planetaria potencian la connivencia y el comercio exclusivo entre los especialistas, cualquiera que sea su campo.

Con respecto a las acepciones diversas que puede reunir el concepto de "región", Miquel de Moragas, en un artículo de la revista Telos Nro. 45, lo precisa como "un territorio asociado con una identidad específica, ya sea cultural, administrativa o política, que en orden de magnitud generalmente es más pequeña que los grandes estados-nación, pero que no es necesariamente más pequeño que muchos pequeños estados europeos, aunque siempre sustancialmente más grande que un centro urbano. Pero de hecho entre el estado-nación y el centro urbano cabe una multiplicidad de tipologías regionales". Más adelante asegura que "la idea tradicional de región como parte de una nación adquiere una mayor inadecuación cuando se considera la cooperación transfronteriza".

En el seno de estos macroespacios, los medios de comunicación constituyen uno de los elementos centrales; por ejemplo, favorecen la creación y difusión de la moderna cultura audiovisual, redefinen las nuevas identidades colectivas, contribuyen a la creación de una cultura política común, etc. La esfera de lo comunicativo es por tanto el elemento de enlace entre los nuevos espacios regionales y la dinámica global del sistema. La esfera comunicativa constituye el nexo simbólico que permite la articulación de los espacios que hemos mencionado: el local, el nacional, el regional y el mundial.

La reconstitución positiva de lazos comunitarios que no estén basados en las exclusiones, es decir, que se acomoden con la diversidad dentro del mundo, es un tema muy actual. Es mediante el tratamiento colectivo por los actores heterogéneos de una misma comunidad geográfica, entre los que exista una auténtica connivencia, que se da la posibilidad de prácticas abiertas de información. Iniciativas como éstas suponen la definición de proyectos colectivos basados, entre otras, en la oferta logística de las nuevas tecnologías de la comunicación. La investigación y el tratamiento de datos de acuerdo con las expectativas estratégicas generan entonces verdaderos círculos virtuosos de intercambio y plusvalía, otorgada a la información por el hecho de su cruce y su circulación.

I. 3. Estructuras de comunicación

La apertura e internacionalización de los mercados de servicios está produciendo mecanismos complejos de competencia en precio, calidad y adecuación a los usuarios, con un efecto inducido de re-ingeniería de los procesos productivos de los operadores y automatización inteligente de la gestión de redes.

En una época en que han triunfado los criterios de la economía de escala, ha resultado inevitable que se produjera un proceso de concentración mediática. Un hito clave en este proceso se produjo en 1989, cuando culminó la fusión de los grupos Time Inc. y Warner Communications que generó un conglomerado de 18.000 millones de dólares. Esta megacompañía se convirtió en el mayor gigante mediático del mundo, pero en 1996 aún creció más, con la incorporación de la compañía CNN.

Este modelo se ha convertido en pauta y guía para otros grupos y otras fusiones mediáticas, nacionales e internacionales. De hecho, con los criterios vigentes de globalización, los grupos multimedia nacionales saben que su destino es crecer internacionalmente, pues la lógica cuantitativa es la garantía de su supervivencia, según el principio que afirma implacablemente que quien no crece, decrece. Y del que asegura que quien no está dentro, está fuera.

Desde la perspectiva industrial, esto implica modificación de la estructura de demanda de suministros. La propia definición de los nuevos servicios contribuye a incrementar la importancia de los contenidos y el software como elementos fundamentales. Industrialmente, esto implicaría la demanda de nuevos tipos de suministros industriales, a la vez que los grupos multimedia emergentes de las fusiones y alianzas esgrimen nuevos criterios y políticas de compras.

En definitiva, la consecuencia es que se ha modificado la matriz producto-mercados de los agentes industriales. Si antes se tenía una matriz relativamente simple, con pocos agentes definidos (conmutación, transmisión, terminales, cables), ahora existe una gama de productos industriales mucho más amplia y compleja que motiva el ingreso de agentes extraños al sector (contenidos, electrónica de consumo, software), y genera la necesidad de nuevas habilidades industriales (especializaciones, ingenierías de sistemas, consultorías especializadas, técnicas de comercialización distintas, etc.). A su vez, desde la perspectiva de los servicios, la cuestión industrial se revelaría como esencialmente crítica en la medida en que el éxito o no de los nuevos servicios, la aparición de estrangulamientos, de nuevos tipos de dependencias por parte de los agentes de servicios, etc., dependa de las características y la fortaleza del tejido industrial europeo en torno a estos aspectos emergentes. Las 'autopistas de la información' son esencialmente el soporte de un nuevo concepto de servicios multimedia interactivos resultante de la expansión internacional de la cobertura de servicios (la globalización de agentes y servicios) y la convergencia de las telecomunicaciones con los sectores audiovisual, informática e información electrónica, que además se desarrollan en un mercado mundial en el que se han modificado las barreras de entradas a nuevos agentes; las reglas de competencia interna; la interrelación entre los ciclos de innovación en productos industriales y ciclos de innovación en servicios y aplicaciones.

La intervención del sector privado provoca también la modificación del control de la cultura y de la información. La intervención de empresas vinculadas a otras áreas de producción, como la construcción o de servicios, como las provenientes de las redes de agua, electricidad y gas en el sector financiero de los negocios de las telecomunicaciones llevan a un desplazamiento de los factores políticos hacia factores comerciales y financieros y pone en cuestión el pluralismo informativo en nuestra sociedad, tal como ya ha sido objeto de abundantes análisis político-económicos (Miguel, 1993; Sánchez-Tabernero, 1994; Comisión de las Comunidades Europeas, 1992 y 1993).

Este fenómeno impone limitaciones a la viabilidad competitiva de especializaciones excesivamente estrechas para los tejidos tecnológicos locales, lo que condiciona necesariamente las opciones industriales, y otorga ventajas a los entornos económicos en los que una buena combinación de capacidades facilite desarrollos más rápidos y adaptados a las necesidades locales de las aplicaciones y servicios propios de la sociedad de la información.

A una escala más macroeconómica, hay que considerar el problema de la relación industria/servicios en las sociedades desarrolladas. El progresivo crecimiento en éstas de la importancia de los sectores de servicios no debe hacernos olvidar que aún gran parte de ellos se proveen y consumen localmente, por lo que un excesivo abandono de la producción industrial (usuaria además de muchos de esos servicios), en beneficio de las importaciones, resulta difícilmente compatible con el equilibrio de la balanza exterior y el empleo en entornos nacionales de cierto tamaño. A este respecto, las industrias integradas en torno al núcleo de tecnologías que estamos considerando constituyen en su conjunto un activo nada desdeñable para Europa por su volumen y su capacidad directa e indirecta de generación de riqueza.

Dentro del conjunto de industrias basadas en estas tecnologías, Europa tiene precisamente su mayor fuerza relativa en las suministradoras de equipos de telecomunicación. Sin embargo, la evolución de la matriz productos/mercado pone en peligro el futuro de esta posición, al llevar al primer plano capacidades en las que ha de afrontar una mayor fuerza por parte de sus principales competidores mundiales (EE. UU., Japón y los nuevos países industriales).

Aparentemente, la red Internet, que no conoce fronteras, ha derribado con su transversalidad este esquema, pues su capilaridad es transnacional y su costo de implantación es relativamente bajo. Pero cuando se observa el mapa mundial de usuarios de Internet nos encontramos de nuevo con el esquema Norte/Sur/Este. Y cuando, en el interior de un país desarrollado, observamos el mapa de sus usuarios, descubrimos también zonas informatizadas y zonas deprimidas. Y cuando, en una gran capital, repetimos la observación, volvemos a detectar espectaculares desequilibrios entre los barrios, que revelan que, a la dualización económica de la sociedad, se superpone también una dualización cultural, comunicacional e informática.

Se podría decir entonces que desde la óptica que rige hoy el mercado mundial el mundo se divide en sociedades preinformáticas, que son las del llamado tercer mundo y sociedades informatizadas. La informática ha pasado a ser lo que marca la nueva frontera entre desarrollo y subdesarrollo, que antes era una variable exclusivamente económica.

Consideraciones finales

Durante algún tiempo, dos factores dominarán el futuro de las comunicaciones. En primer lugar, el crecimiento exponencial de la cantidad de información y la comunicación en la emergente sociedad mundial de la información. En segundo, el hecho de que el conocimiento se está convirtiendo en el recurso más importante de la economía global de la información. A finales del decenio de los 90 hay por lo menos dos tendencias tecnológicas que afectan a los negocios mundiales, a las instituciones y a la vida cotidiana: la rápida explotación de Internet por empresas e instituciones y la liberalización de las telecomunicaciones y la aparición de nuevos servicios telemáticos.

Las redes de teledistribución por cable europeas se encuentran todavía en fase inicial, excluyendo a Alemania. Es el caso de Francia y Gran Bretaña, a pesar de los proyectos y las previsiones de gran desarrollo que hubo a comienzos de los años ochenta. En Italia o España todavía están sin desarrollar. La causa de esto son errores políticos y técnicos, como también la dificultad de coordinar de una manera equilibrada la óptica televisual y de las telecomunicaciones.

En este contexto encuentro tres difíciles problemas a resolver. El primero es el carácter mundial de los mercados, el segundo la universalidad de los valores y el tercero la singularidad de las formas. Las lenguas, los individuos, las características y las oportunidades aleatorias son singulares. Cuando perdemos valores, la tecnocultura mundial capta la singularidad y la convierte en unicidad.

Los términos de la adecuación a la nueva situación preocupa a los líderes de la economía mundial. La convergencia entre informática, electrónica, telecomunicaciones y medios de comunicación social se destaca ya de forma muy visible en los mercados. Carlo de Benedetti, que hasta hace poco tiempo era presidente de Olivetti, escribió durante el transcurso de una reciente reunión de las naciones más industrializadas del mundo: "En la sociedad de la información, el consumo depende de los consumidores entendidos".

Estas razones estuvieron presentes en la conformación del proyecto denominado Universidad Global de las Telecomunicaciones (GTU) o posteriormente Instituto Global de Formación en Telecomunicaciones (GTTI), perteneciente a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que intenta convertirse en la herramienta que aporte soluciones al problema

del desfazaje de conocimiento en las prácticas y temáticas relacionadas con la sociedad de la información.

Esto evidencia también que hay una clara distinción entre el proceso de adopción de los medios de información o los nuevos servicios de telecomunicación y otros medios tradicionales como la radiodifusión, sea cual fuere el sistema de transmisión. No hay razón para creer que porque algunos navegan por Internet harán lo mismo con la televisión. Tampoco hay motivos para pensar que porque las nuevas tecnologías de la comunicación hayan cambiado aspectos de nuestro trabajo la gente esté deseando aceptarlas también en su casa. Y en el seno de la Unión Europea no existe un hogar tipo europeo, lo que significa que hay que añadir este elemento a la heterogeneidad y complejidad ya existentes en el mercado.

Para finalizar, considero que la era de la sociedad de la información es también la de la producción de concepciones, ideas y estados mentales. Por lo tanto se necesita profundizar el análisis de la concepción actual de libertad y democracia para que cada 'gusto' o 'decisión' de consumo no termine siendo, en definitiva, una mera clonación de las concepciones predominantes, ya que el ideario democrático que expresa su máxima al permitir el ejercicio de la voluntad no comprende a la instancia de formación, a través de la adquisición de propia conciencia, de esa voluntad.

Bibliografía

BATTISTÓN, Oscar y GAMELLA, Manuel (1995), "La industria de las telecomunicaciones en Europa. Un aspecto menospreciado", en Telos Nro. 44, Madrid, Fundesco.

BETTETINI, Gianfranco y COLOMBO, Furio (1995), Las nuevas tecnologías de la comunicación, Barcelona, Paidós.

BRETON, Philippe y PROULX, Serge (1989), La explosión de la comunicación, Barcelona.

BURGELMAN, Jean C. y PAUWELS, Caroline (1992). "Audio-visual and cultural policies in the small European countries: the challenge of an unified European television market", en Media, Culture and Society Nro. 14, pág. 169-183.

BUSTAMANTE, Enrique; GARNHAM, Nicholas y SALAUN, James (Eds.) (1993), Téléphone et television enquête sur une convergence europeenne, París, CNET/Réseaux.

COMISIÓN EUROPEA (1993), Libro blanco. Crecimiento, competitividad, empleo. COM (93) 700 final, 5 de diciembre de 1993. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

COMISIÓN EUROPEA (1994): Libro verde sobre la política audiovisual europea. COM [94] 96 final, de 6 de abril de 1994. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

COMISIÓN EUROPEA (1995): Comunicación de la Comisión. Política audiovisual. Crear un entorno favorable a la expansión de las empresas de la industria de programas europea (MEDIA II 1996-2000), Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

CHARON, Jean Marie (1991), L'état des médias, París, La Découverte/Médias-Pouvoirs.

FAYARD, Pierre y MOINET, Nicolas (1996), "Control y poder en la comunicación internacional", en Telos Nro. 48, Madrid, Fundesco.

FLICHY, Patrice (1991), Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privé, París, La Découverte.

FUCHS, G. (1992). "ISDN - the telecommunications highway for Europe after 1992", en *Telecommunications Policy* Nro. 12, pág. 635-645.

GARITAONANDIA, Carmelo (1993), "Regional Television in Europe", en *European Journal of Communication*, Vol. 8, Londres, SAGE Publications, p. 277-294.

GARNHAM, Nicholas (1995), Le développement du multimédia: un déplacement des rapports de force en *La Société du Multimédia*, Montpellier, IDATE.

GARNHAM, Nicholas y MUNGAN, G (1991), "Broadband and the barriers to convergence in the European Community", en *Telecommunications Policy* Nro. 3, pág. 182-208.

GRUPO DE ALTO NIVEL SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (1994):

"Europa y la sociedad global de la información. Recomendaciones al Consejo Europeo". Bruselas.

GUBERN, Romà (1996), "La aldea enmudecida", en *Telos* Nro. 48, Madrid, Fundesco.

MACLEAN, Donald (1996), "Las telecomunicaciones en la sociedad de la información: retos estratégicos para la UIT", en *Telos* Nro. 46, Madrid, Fundesco.

MANSELL, Raymond (1993), *The New Telecommunications. A political economy of network evolution*, Londres, Sage.

MATTELART, Armand, (1995) *La invención de la comunicación*, Barcelona, Bosch.

MIGUEL, Juan Carlos de (1993), *Los grupos multimedia*, Barcelona, Bosch.

MORAGAS SPÀ, M. y B. López (1994): "Les regions: una qüestió pendent en la política àudio-visual de la Unió Europea", en *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura* Nro. 17, Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona.

RICHERI, Giuseppe, (1994), *La televisión en transición. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Bosch, Barcelona.

RICHERI, Giuseppe (1995), "Multimèdia: enjeux socio-culturels", en *La Socièté du Multimèdia*, Montpellier, IDATE.

RICHERI, Giuseppe (1996), "Televisión paneuropea y construcción del espacio europeo de comunicación. Lecciones de un fracaso", en *Telos* Nro. 45, Madrid, Fundesco.

SAMPEDRO BLANCO, V. y J. VAN DEN BULK (1995): "Regions vs states and cultures in the EC media policy debate: regional broadcasting in Belgium and Spain", en *Media, Culture and Society* Nro. 17, pág. 239-251.

SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso et. al. (1993), *Concentración de la televisión en Europa. Empresa Comercial e interés público*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació.

VASCONCELOS, J. P. et al. (1994): "Rapport de la cellule de reflexion sur la politique audiovisuelle dans l'Union Européenne". Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

Páginas consultadas en Internet

Comisión Europea:

<http://europa.eu.int>

<http://www.ispo.cec.be/infosoc/legreg/docs/peoplst.html>

Parlamento Europeo:

http://europa.eu.int/europar/bro_fr.htm

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Alfonso, Alfredo (1998): La Unión Europea y la sociedad de la información. Período 1992-1997. Revista Latina de Comunicación Social, 10. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/25alfredo.htm>