

REFLEXIONES

Prensa y Universidad

Bernardo de la Rosa Acosta
Agustín Morón Marchena

En este trabajo se contempla el maridaje entre información y educación para detenerse en la prensa como el medio más adecuado de integración social y el mejor optimizador para el ejercicio de la libertad. Asimismo, se aborda la problemática de la prensa en la Universidad y las actitudes y carencias de los alumnos hacia la misma. Este trabajo preliminar finaliza con un diagnóstico actual de la prensa en la Universidad, que consiste en el "amordazamiento" estructural y programático, consecuencia de los planes de estudio, que impiden de facto la entrada de la misma en el seno del "alma mater". Urgen estudios empíricos sobre el tema; buena parte de los datos obtenidos por nosotros se encuentran en fase de análisis y de interpretación y serán presentados próximamente.

Limitaciones de espacio, inherentes a este tipo de colaboraciones, así como de enfoques y perspectivas, nos obligan a exponer de manera muy somera, nuestro pensamiento sobre el tema.

Ciertamente, como apunta Veblen, el tipo de trabajo, al que se dedican los hombres, determina -en buena parte- sus estructuras de pensamiento. De aquí que, como pedagogos, estimemos pertinentes, algunas observaciones previas, aunque puedan parecer obvias. Vayan algunas como muestra.

El hombre hoy, entre la educación y la información

No resulta fácil distinguir la educación de la información, cuando ambas se entienden en sentido amplio,

cuando la educación va más allá de la pura *escolaridad*, y cuando la información es algo más que "ver lo que pasa". La información intenta eliminar por sí misma las posibilidades de acción de la propaganda. Mientras la educación transmite, como institución social, una herencia sociocultural sobre conocimientos y saberes no muy controvertidos, la información difícilmente puede desprenderse de su ingrediente propagandístico, que puede alterar el orden social y que gira sobre asuntos, de suyo, propios para la confrontación y la controversia.

Si apuntamos más al impacto de cada una de estas dos áreas de influencia, que a la propia expresión misma de cada palabra, pudiéramos decir que la *educación suscita independencia*,

mientras que *la información impone opiniones*. Esta afirmación es fundamentalmente metodológica; ha de entenderse en sentido limitativo. En cualesquiera de los casos, parece evidente que las "técnicas educativas" se centran en los alumnos de una clase escolar (de treinta a cuarenta alumnos, por ejemplo) mientras que las "técnicas informativas", se proyectan sobre tal número de personas que, sobrepasan los más amplios espacios.

Es bien cierto que los mecanismos informativos están dominando a las estructuras docentes; diríamos que la fusión de élite y masa ha llegado al mundo de la cultura tras irrumpir en la vida social y política y actúan ya como *homogeneizadores* de las bases del espíritu humano. Educación e información se acercan deliberadamente, igual que en otros tiempos lo hacían sin saberlo. Quiérase o no, la educación es también una fuente de adoc-trinamiento. Frente a la educación que fue -y a veces lo es- información y que, con frecuencia, tenía altos índices de propaganda, una consideración racional de la vida social, precisa se valore altamente la *capacidad crítica* que ha de mantenernos alerta frente a posibles e interesadas desviaciones. Para ello, hay que partir necesariamente de la *persona*.

Las tareas informativas, así como las educativas, alcanzan al hombre en su totalidad; su fin corre paralelamente al de la propia persona, que intenta *autoidentificarse* y conseguir la dignidad necesaria para ser *persona dentro de la masa*. En el fondo, la cuestión es bien antigua; se trata del ser y del instrumento. Hombres y mujeres, considerados como

unidades humanas, deben constituir el *objetivo final de la ética informativa*. La misma necesidad social de la **opinión pública** se fundamenta en el derecho al propio juicio sobre los acontecimientos, y éste no puede desarrollarse sin una información previa. Queremos decir lo que sigue: informarse es

una actividad encauzada en un *orden de valores culturales*. Es obvio que la cultura actual se adquiere en las aulas -con o sin muros-; pero, con todos sus riesgos y sin gusto o no, la cultura ciudadana, conseguida fuera de las mismas, depende cada vez más de las técnicas de difusión. De otro modo, *la información es una parcela cultural vinculada a la vida humana* y a su proyección y desarrollo.

No se nos escapa el hecho de que estamos en una *era de comunicación mecánica y centralizada*, que, al estar en manos de ciertos grupos controladores de los «mass-media», se puede llegar a una

homogeneización, sin precedentes en la historia y altamente preocupante. Incluso, podríamos preguntarnos si vale la pena que los valores tradicionales hayan de ser sacrificados. Tal vez, éste sea un *estigma* más de nuestro tiempo. La educación y la información "atenazan" a las personas y a los grupos. Diríamos que hombres, mujeres, grupos y naciones llegan a ser el resultado de tales mecanismos. Así son las cosas: entre la catequética y la cibernética, el futuro de la humanidad se encuentra en manos de quienes detentan el poder de esos dos grandes agentes de socialización (y de control social) que son la educación y la información.

La prensa como agente de integración social y posibilitadora de la libertad

Educación e información se acercan deliberadamente, igual que en otros tiempos lo hacían inconscientemente

Vamos a centrarnos en ofrecer algunas consideraciones someras sobre la prensa, al ser ésta el objeto de nuestro trabajo. Sería arriesgado afirmar que la prensa es “el cuarto poder”, entre otras razones, porque compite con otros medios de información; ni siquiera un cristal de aumento”, como diría Burke, o “unos céntimos de historia en un cucurucho de papel”, como denominaron al periódico los hermanos Goncourt. La prensa se encuentra en la actualidad en una situación bien diferente a la de su nacimiento en el siglo XIX, cuando la aplicación de la máquina de vapor a la máquina de imprimir dotó de alas a este nuevo «Mercurio de la libertad», en que ha sido convertida la prensa. Ciertamente, convenimos con Albertos (1968) en que la información es un servicio a la sociedad, un presupuesto para la democracia y algo totalmente implicado en el ambiente social circundante.

La prensa, como todos los medios de comunicación social, debe ser utilizada en beneficio de la comunidad; y esto, desde varias vertientes: para un conocimiento adecuado y exacto de la realidad, para *el diálogo público*, para el equilibrio de intereses y de opciones políticas, para la vigilancia y control social de quienes detentan algún tipo de autoridad, para *denunciar los abusos de poder* y facilitar a todos los miembros de la comunidad la satisfacción de su curiosidad, de su *derecho a la información*, porque éste es *requisito previo* para el ejercicio del deber de participación en la “res publica”.

Entendida así la prensa, en particular, y el conjunto de los «mass-media», en general, la información deviene en un servicio al hombre, tanto como individuo cuanto como ser social; esto se traduce en un servicio a toda la sociedad, incluso a los que detentan el poder. La sociedad actual se caracteriza por una *progresiva democratización*, aunque el elemento po-

lítico se diluya en la misma, ya que la creciente densidad demográfica enfrenta a los individuos en cuestiones particulares pero ciertamente vitales, como las relacionadas con su vida, su trabajo y su tiempo. Así las cosas, estos problemas, aunque se produzcan de manera coincidente y comiencen por separar, terminan por unir a los grupos sociales, ya que nacen en el conjunto social y por encima de las experiencias individuales.

La prensa informa, discute, aprueba o contesta; puede, por su objetividad y su fidelidad a los principios de la *libertad* y de la *tolerancia*, ayudar a comprender los problemas básicos que se presentan en el desarrollo de un país; también puede preparar la conciencia ciudadana para adoptar las medidas necesarias, así como para iluminar y hacer reflexionar sobre las acciones del poder político, por la necesidad democrática de afirmar los límites que no deben sobrepasar las personas o grupos que detentan el poder. Podríamos resumir afirmando que la eficacia de la prensa dependerá más de su *capacidad para diagnosticar los problemas* y discutir las soluciones posibles que de proporcionar afirmaciones generales y sumarias.

Si bien es cierto que la prensa -como los otros “media”- *refleja la realidad social*, al tiempo que explica, crea y reproduce valorativamente patrones de conducta y estilos de vida, legitimando así comportamientos personales, grupales e incluso institucionales, hasta el punto de haber sustituido parcialmente a otras “agencias educativo-informativas” (iglesia, escuela, familia, partidos políticos y sindicatos), en tanto y en cuanto todos ellos son *instancias de socialización*; no es menos cierto que, aunque lo muestre casi todo, hoy se juzga menos. De esta manera “contribuye a configurar un nuevo perfil individualista y narcisista, ansioso y tolerante, de moral abierta y relativista, de un

**La información
es un servicio a
la sociedad, un
presupuesto
para la democra-
cia**

«super ego» débil y fluctuante tanto cuanto las circunstancias ofrecen” (Gervilla, 1993, p. 118). Pero, de seguir por esta línea, abocaríamos a una temática distinta, aunque interesante; llegaríamos a una pedagogía de los «mass-media».

Prensa y Universidad

Bajo este epígrafe caben muchos enfoques. A modo introductorio, diríamos que oímos hasta la saciedad la frase “una imagen vale más que mil palabras”. Parece como si hubiéramos cambiado de la galaxia Gutenberg a la galaxia Lumière. Parece como si el credo de esta nueva fe, tan oscurantista como la medieval, se condensara en ese dogma. Pero, tal afirmación, en el fondo es falsa; cualquier palabra, incluso la más humilde, vale más que mil imágenes porque puede suscitarlas todas, mientras que una imagen sin palabras puede ser un puro decorado o truco ilusionista del que se escamotea lo esencial para la apropiación crítica (Savater, 1993). Dicho de otro modo: las palabras ganan sin duda mucho con el complemento de las imágenes, pero las imágenes sin las palabras lo pierden todo. Este *endiosamiento icónico*, en detrimento de la palabra, cobra especial relevancia en el campo del periodismo, donde no vamos a entrar ahora.

Leer y escribir forman una interacción muy particular. Debemos tener muy claro que *leer un periódico no es una forma como cualquier otra de enterarse de una noticia, sino un modo de relación específica con la actualidad* y con la reflexión que esta actualidad puede suscitar. Estamos en desacuerdo con quienes estiman la prensa como una fase informativa algo caduca, ventajosamente sustituida por el imperio de la comunicación catódica; la equivocación es sutil pero radical. Quienes opinan de modo contra-

rio, pueden tener razón en cuanto a la tendencia dominante que los tiempos confirman, pero se equivocan al entender que esta tendencia supone bastante progreso en la documentación cabal de los ciudadanos y -lo que es más importante- en el propósito de emanciparles *de prejuicios* o de hábiles manipuladores.

A riesgo de extendernos, veamos un ejemplo al contraponer *prensa-televisión*. Ambos medios tratan la misma realidad, pero ésta ya no es la misma después de pasar por el filtro selector de cada uno de ambos medios. Ello es así porque *leer no es lo mismo que ver imágenes*. En el primer caso es necesario un proceso de abstracción a las emociones, supone una reflexión, por tenue que sea, ante la conmoción de cualquier suceso. En rigor, no es que la prensa sea más “intelectual” que la televisión, sino que el hecho mismo de leer es más intelectual que la contemplación de una cadena de imágenes, aunque estén muy bien seleccionadas. Dicho de otro modo aunque la

televisión no fuese “per se” más sensacionalista que la prensa, las imágenes son en sí mismas más sensacionales que las palabras. Aún más, hasta en el peor de los casos, *leer es ya una forma de pensar*, mientras que las imágenes, por sí solas se limitan, a veces tumultuosamente, a estimular maneras de sentir o de padecer. Digámoslo con palabras de Giovanni Sartori: “el hombre que lee, el de la galaxia Gutenberg, está costreñido a ser un *animal mental* ocular (Vid. elementos de teoría política. La información basada prioritariamente en imágenes, presenta de-

ficiencias básicas respecto a la transmitida por la palabra impresa, tema en el cual no podemos entrar ahora.

Los universitarios ante la prensa

La prensa - si es fiel a los principios de libertad y tolerancia - ayuda a comprender los problemas básicos que emergen en el desarrollo de un país

En estos momentos, no disponemos de estudios amplios; por ello vamos a ceñirnos a nuestra experiencia cotidiana, bien dilatada en el tiempo, en el mundo universitario.

Tenemos datos empíricos, aún no cuantificados, sobre la actitud ante la prensa y interpretación de su contenido. Cuando en nuestra materia (Sociología de la Educación), hemos realizado con los alumnos trabajos relacionados con una noticia de carácter socio-educativo, se han producido los siguientes fenómenos, genéricamente considerados:

1. Cuando utilizan, de modo individual, un texto de prensa, se producen todas o algunas de las siguientes deficiencias:

- El alumno *resume* el texto, pero utiliza el *pensamiento convergente*; difícilmente capta el mensaje subyacente del texto; en poco se diferencia del estudio de los habituales "apuntes".

- Aún en alumnos de "letras, la riqueza de vocabulario es reducida, incluso hay palabras que no entienden dentro del contexto.

- La captación del mensaje es pobre y, sobre todo, *acrítico*, por lo que su exposición ante los compañeros es repetitiva y circular.

- Cuando se someten a pruebas de "valoración de mensajes", en la mayoría de los casos *no son capaces de poner un título al texto*.

2. Cuando utilizan técnicas de "dinámica de grupos", los resultados no son muchos mejores. Generalmente, unos de los miembros hace la exposición y resume, en nombre de su grupo, pero en pocos casos se producen criterios divergentes sobre la noticia en cuestión.

Qué hacer ante esta situación

En principio, las estructuras curriculares universitarias, el sistema de evaluación, los

contenidos programáticos y los tan populares "trabajos" no están concebidos para dejar espacio a la prensa.

Por otro lado, el prurito universitario actúa, aunque subconscientemente, en contra del uso de la prensa, ya que ésta se considera poco científica y/o esperada hacia una tendencia ideológica o política particulares.

Nuestro punto de vista sobre el tema

La educación para la prensa ha de empezar en los primeros niveles educativos, sin que ello la relegue a un papel secundario dentro de la programación escolar. Dicho de otro modo: la prensa ha de tener un carácter *ecológico*; ha de

alcanzar todas las actividades de la tarea educativa. Todos los niveles educativos deben ser alcanzados por el impacto de la prensa. Esto supone y presupone dos acciones:

a) Al igual que en los libros de texto, la prensa ha de incorporarse como un documento de trabajo más dentro del utillaje académico.

b) Los profesores deberían ser preparados para comprender las grandes virtualesidades pedagógicas de la prensa; esto podría hacerse a través de los centros de formación del

profesorado, de los CEPs, de los ICEs, etc. Hemos de observar que, por paradójico que parezca, el profesorado es bien reactivo a la pedagogía; cada cual cree que con dominar su materia, es suficiente para transmitirla. Obviamente, hay excepciones.

Sin perjuicio de continuar en otra ocasión el desarrollo de esta problemática, contrastada con datos empíricos propios, estimamos que, en el estado actual de las cosas *hay poca cabida para el uso de la prensa en la vida universitaria*. Lo que no quita que, en ciertas materias y con determinados profesores, se

**La prensa no ha
entrado en la
Universidad. Se
corre el riesgo
del sectarismo
amorfo y del
gregarismo
acrítico**

haga uso de la misma, con resultados diferentes según las intenciones y las situaciones en las que se aplican.

Urgen, pues, estudios precisos sobre el uso de la prensa en los distintos niveles educativos, para conseguir un diagnóstico apropiado a la situación, intentar establecer un pronóstico y sugerir la terapéutica pedagógica más indicada a este problema. Sea como fuere el estudio de este problema ha de ser *multidisciplinar* y, al mismo tiempo, *sincrónico y transversal*. Tamaña tarea no puede dejarse para el final de un ciclo educativo y/o para cuando se necesita, en ocasiones por diversos avatares, ejercer la función docente.

Si los cuadros rectores de la vida comunitaria emergen del estamento universitario -lo que es un hecho empírico normal-, se corre un serio riesgo al no educar a los alumnos universitarios para la comprensión, el uso, la crítica, el discernimiento y la valoración de la prensa. Pues, se cieme el peligro evidente de producir *analfabetos ilustrados*, cantera muy apta para arribar al escaso interés de la vida pública, *a la opinionitis acrítica*, al gregarismo y al *fanatismo irreflexivo* y totalitario. Por este camino, bien puede producirse el mejor caldo de cultivo para la destrucción de las instituciones democráticas y para el surgimiento de eventuales emergencias dictatoriales, amparadas en mecanismos pseudodemocráticos, ejemplos ya vividos en este convulso y contradictorio siglo XX.

Los poderes públicos tienen mucho que aportar en este noble empeño que, en modo alguno puede dejarse al albur *voluntarista* de abnegados profesores que, con toda probabilidad, irán dejando, en este tortuoso caminar, jirones de desengaños y desilusiones profesionales.

*Bernardo de la Rosa Acosta es
profesor titular de la
Universidad de Sevilla.*

*Juan Agustín Morón Marchena
es profesor colaborador de la
Universidad de Sevilla.*

Referencias

- AGUADED GÓMEZ, J. I. (1992)(Dir.): *Medios audiovisuales para profesores*. Huelva, ICE Universidad de Sevilla/CEPs de Huelva.
- ÁLVAREZ, J. (1988): *Impacto, evolución y efectos sociales de la reconversión tecnológica en la prensa diaria*. Fundesco, nº 85.
- BALL, R. (1972): *Pedagogía de la Comunicación*. Buenos Aires, Ateneo.
- BARTOLOMÉ, D. y SEVILLANO, M. (1991): *Enseñanza-aprendizaje con los medios de comunicación en la Reforma*. Madrid, Sanz y Torres.
- BENESCH, H. y SCHMANDT, W. (1982): *Manual de autodefensa comunicativa*. Barcelona, G. Gili.
- BENEYTO, J. (1969): *La opinión pública, teoría y técnica*. Madrid, Tecnos.
- BENITO, A. (1972): *Información, integración social y libertad*. Madrid, Escuela Oficial de Periodismo.
- BENITO, A. (1989): *Ecología de la comunicación de masas*. Madrid, EUEDEMA.
- BENJAMÍN, I. (1988): *Cuatro ensayos sobre la libertad*. Madrid, Alianza.
- BERASARTE, R. y CARDONA, D. (1972): *Lingüística de la publicidad*. Palma de Mallorca, Papeles de Som Armadams.
- BERLO, D. (1969): *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, El Ateneo.
- BORRAT, M. (1989): *El periódico, actor público*. Barcelona, Gustavo Gili.
- BORRINI, A. (1990): *La vida privada de la publicidad*. Buenos Aires, Atlántica.
- BOTKIN, J. y OTROS (1979): *Aprender, horizonte sin límites*. Madrid, Santillana.
- BRYAN, K. (1988): *Seducción subliminal*. México, Diana.
- BURGELN, O. (1974): *La comunicación de masas*. Barcelona, ATE.
- BUZEK, A. (1967): *Prensa e ideología*. Buenos Aires, Marymar.
- CAMPOS MARTÍNEZ, L. (1975): *Antropología del lenguaje total*. Bogotá, Paulinas.
- CAZENEUVE, J. (1978): *La sociedad de la ubicuidad*. Barcelona, Gustavo Gili.
- CEBRIÁN, J. L. (1981): *¿Qué pasa en el mundo? Los medios de información de masas*. Barcelona, Salvat.
- CHADWICK, C. (1979): *Tecnología educativa para el docente*. Barcelona, Paidós.
- DE MIGUEL, A. (1986): *Sociología de las páginas de opinión*. Madrid, ATE.
- DEL PINO, A. (1988): *Los nuevos consumidores españoles*. Bilbao, Deusto.
- DOELKER, Ch. (1982): *La realidad manipulada*. Barcelona, Gustavo Gili.

- DURANDIN, G. (1988): *La mentira en la propaganda política y la publicidad*. Barcelona, Paidós.
- FERNÁNDEZ, A. (1991): *La metrópolis vacía*. Barcelona, Anthropos.
- FOLLIET, J. (1969): *L'information moderne et le droit a l'information*. París, Gamma.
- FONT, D. (1981): *El poder de la imagen*. Barcelona, Salvat.
- FOUCAULT, M. (1979): *Microfísica del poder*. Madrid, La Piqueta.
- FULLAT, O. (1990): *Viaje inacabado*. Barcelona, CEAC.
- FURONES, M. (1980): *El mundo de la publicidad*. Barcelona, Salvat.
- GERVILLA, E. (1992): *La educación en la cultura de la postmodernidad*. Madrid, UNED.
- GONZÁLEZ BERNALDEZ, F. (1985): *Invitación a la ecología humana. La adaptación afectiva al entorno*. Madrid, Tecnos.
- GRANT, D. (1978): *El dominio de la comunicación educativa*. Madrid, Anaya.
- GUREVITCH y WOOLLACOT (1981): *Sociedad y comunicación de masas*. México, FCE.
- JACKARD, R. (1988): *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid, Espasa Calpe.
- HABERMAS, J. (1982): *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili.
- KIRK, G. S. (1973): *El mito. Su significado y funciones en las distintas culturas*. Barcelona, Seix Barral.
- LAFONTAINE, O. (1989): *La sociedad del futuro*. Madrid, Sistema.
- LÁZARO CARRETER, F. y OTROS (1977): *Lenguaje en periodismo escrito*. Madrid, Fundación March.
- LÓPEZ QUINTAS, A. (1987): *El secuestro del lenguaje. Tácticas de manipulación del hombre*. Madrid, Asociación Progreso Ciencias Humanas.
- MANACORDA DE ROSETI, M. (1984): *La comunicación integral*. Buenos Aires, Kapelusz.
- MARX, K. y ENGELS, F. (1987): *Sobre prensa, periodismo y comunicación*. Madrid, Taurus.
- MATTELART, A. (1991): *La publicidad*. Barcelona, Paidós.
- McBRIDE, S. (1980): *Un sólo mundo, voces múltiples*. México, FCE.
- McLUHAN, M. y CARPENTER, E. (1981): *El aula sin muros*. Barcelona, Laia.
- McQUAIL, D. (1972): *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires, Paidós.
- McQUAIL, D. y WINDAHL, S. (1984): *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona, Universidad de Navarra.
- MIGUEL, A. de (1986): *Sociología de las páginas de opinión*. Madrid, ATE.
- MOLES, A. (1976): *El afiche en la sociedad urbana*. Barcelona, Paidós.
- MONZÓN ARRIBAS, C. (1987): *La opinión pública*. Madrid, Tecnos.
- MORAGAS, M. (1985): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili; 4 vol.
- MORSY, Z. (1984): *La educación en materia de comunicación*. París, Unesco.
- MUNFORD, L. (1987): *Técnica y civilización*. Madrid, Alianza.
- PACKARD, V. (1988): *Las formas ocultas de la propaganda*. México, Paraninfo.
- PERNIOLA, M. y OTROS (1990): *Vídeo culturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra.
- PIGNATARI, D. (1977): *Información, lenguaje y comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili.
- PINTO BALSAMAO, J. (1982): *Information e pouvoir (Información, poder y tecnología)*. Barcelona, Instituto de Ciencias Sociales.
- PRAKKE, H. (1977): *Comunicación social. Introducción a la publicística social*. Madrid, Akal.
- PÉREZ SERRANO, G. (1984): *El análisis del contenido de la prensa*. Madrid, UNED.
- REVEL, J. F. (1989): *El conocimiento inútil*. Barcelona, Planeta.
- RODRIGO ALSINA, M. (1989): *Los modelos de comunicación*. Madrid, Tecnos.
- RODRIGO ALISNA, M. (1989): *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.
- REARDON, K. (1981): *La persuasión en la comunicación*. Barcelona, Paidós.
- ROSA ACOSTA, B. de la (1977): *Educación cívica y comprensión internacional*. Barcelona, CEAC.
- ROSZAK, T. (1988): *El culto a la información*. Barcelona, Crítica.
- SAVATER, F. (1993): *II Encuentro Iberoamericano de Periodismo Cultural*. Veracruz, México.
- SUBIRATS, E. (1985): *La ilustración insuficiente*. Madrid, Taurus.
- SCHILLER, H. (1987): *Los manipuladores de cerebro*. Barcelona, Gedisa.
- SCHILLER, H. (1986): *Información y economía en tiempos de crisis*. Madrid, Fundesco.
- SCHRAMM, W. (1982): *Hombre, mensaje y medio*. Madrid, Forja.
- TOFFLER, A. (1990): *El cambio de poder*. Barcelona, Plaza y Janés.
- THIBAUT-LAULAN, A. (1976): *La imagen en la sociedad contemporánea*. Madrid, Fundamentos.
- VALLS, J. P. (1985): *La jungla comunicativa: empresa y medios de comunicación en España*. Barcelona, Ariel.
- VIERA, C. (1979): *La prensa a la escuela*. Madrid, Marsiega.
- VILCHES, L. (1989): *Límites de la sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- VOYENNE, B. (1968): *La prensa en la sociedad contemporánea*. Madrid, Editora Nacional.
- WOLF, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- YERRO BELMONTE, M. (1970): *Información y comunicación en la sociedad actual*. Barcelona, Dopesa.
- YOUNG, K. y OTROS (1980): *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires, Paidós.