

# *Ética de la Información:* *Repertorio bibliográfico y temático*

JESÚS GONZÁLEZ BEDOYA

Profesor de Ética y Deontología de la Información  
Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense de Madrid

## **Tema 1**

### **PROBLEMAS BASICOS DE LA ETICA**

#### **CONCEPTO Y OBJETO**

1. *Planteamiento del problema; filosofía moral*  
354 passim; 802 passim; 287: 81-83; 231: 33-58; 287: 116-201; 400:  
47-69; 689: 157-203; 471: 65-99; 811: 249-278; 440: 783-805
2. *Esencia de la ética*  
4: 35-42  
2.1 ¿Arte o ciencia?  
937: 63-97; 937: 164-174; 937: 15-37
3. *Objeto de la ética*  
811: 37-59; 811: 83-101
4. *Importancia de la ética en la cultura*

## **Tema 2**

### **PROBLEMAS BASICOS DE LA ETICA**

#### **FUNDAMENTACION Y CORRELACIONES**

1. *El problema ético*  
154: 25-71; 4: 21-28

ADVERTENCIA: Quiero expresar mi agradecimiento a dos personas que me han ayudado mucho en la realización de la parte bibliográfica de este repertorio: José María Merino y Elena Muñoz Torrens.

2. *Justificación de los principios éticos*  
287: 84-88; 802: 1-7; 287: 1-21; 287: 215-221; 287: 236-244
3. *Ética y metaética*  
901: 371-381
4. *Ética y metafísica*  
43: 37-100
5. *Ética y religión*  
407: 184-192; 363: 21-55  
5.1 *Ética y ateísmo*  
5.2 *Moral y religión*  
510: 581-650; 883: 62-83
6. *Ética y derecho*  
757: 46-180; 193: 102-121

### Tema 3

#### PROBLEMAS BÁSICOS DE LA ÉTICA

##### EL CONOCIMIENTO MORAL

1. *Conocimiento moral*  
636 passim  
1.1 *Nihilismo, Racionalismo, Relativismo (Axiología)*  
802: 171-201; 755: 84-147; 504 passim  
1.2 *Agnosticismo*  
908: 65-85; 950: 135-155
2. *Creencias morales*

### Tema 4

#### PROBLEMAS BÁSICOS DE LA ÉTICA

##### RAZONAMIENTO MORAL Y DEBER

1. *El razonamiento moral (juicio moral y promesa)*  
1.1 *La falacia naturalista*  
1.2 *El «deber ser» ético, «debe» y «es»*  
636: 449-461
2. *Lenguaje moral*  
796; 230: 123-137; 802: 202-235; 755: 242-245  
2.1 *Fundamentación del lenguaje moral, niveles*  
692 passim; 895: 114-129; 254 passim; 440; 508: 5-50; 986: 187-190; 695: 114-169; 792: 37-231

**Tema 5**

**CONCEPCIONES DEL HOMBRE Y DE SU VIDA; BASES PROXIMAS DE TODA ÉTICA APLICADA**

ESTRUCTURA MORAL DEL HOMBRE. Sentido de su vida

1. *Felicidad y placer*  
895: 97-113; 322: 187-197
2. *La vida humana; su sentido*  
696: 3-17; 1: 11-27; 422: 25-118; 799: 15-39; 918: 12-41; 515: 83-122;  
569: 242-309; 786: 28-51; 883 passim; 200: 82-113; 918: 63-101; 80;  
899: 15-73; 316: 104-128
3. *Ideales y valores; ideales vitales*  
689: 113-155; 811: 127-165; 405: 325-360; 758

**Tema 6**

**CONCEPCIONES DEL HOMBRE Y DE SU VIDA; BASES PROXIMAS DE TODA ÉTICA APLICADA**

ESTRUCTURA MORAL DEL HOMBRE. Su conducta

1. *Dimensión ética del hombre*  
944: 163-239; 945: 83-133
2. *Indole de la vida moral*  
899: 105-163
3. *Fundamentos de la moralidad*
  - 3.1 Bien moral  
695: 181-197; 792: 217-265; 721: 11-35; 440: 156-208
  - 3.2 Bien y mal  
636: 107-135; 636: 403-425
  - 3.3 Principios materiales (placer, autonomía)  
695: 141-164; 692: 19-44; 318: 83-137
  - 3.4 Deberes y obligaciones  
792: 75-97; 440: 432-451; 404: 149-175
  - 3.5 Conflicto moral, dilemas  
883: 2-17; 695: 123-139; 692: 159-179
  - 3.6 Criterios de moral; el fin y los medios  
15: 24-80

4. *El instinto*  
639: 17-24
5. *El obrar humano*  
863: 233-247; 686: 38-74; 686: 143-200

### Tema 7

## CONCEPCIONES DEL HOMBRE Y DE SU VIDA; BASES PROXIMAS DE TODA ETICA APLICADA

### ESTRUCTURA MORAL DEL HOMBRE. Las virtudes

1. *Teoría de la virtud*
  - 1.1 Virtud y hábito
  - 1.2 Clases de actos  
138: 148-192; 55: 227-309
  - 1.3 Virtudes, ideales y modelos humanos  
440: 70-155; 986: 273-276
    - 1.3.1 El ideal cristiano  
944: 501-550
  - 1.4 Historicidad de las virtudes y progreso moral  
489: 118-135
  - 1.5 Virtud y valor moral (sociologismo); la acción como substrato  
489: 40-115; 489: 137-155; 782: 69-101; 782: 458-473
  - 1.6 Ley, deber y obligación; la voluntad  
695: 207-267; 883: 412-446; 238: 210-335; 238: 371-415; 150: 99-107
2. *Tipos de virtud*
  - 2.1 Justicia  
758: 241-270; 150: 143-159; 671: 1-63; 721: 212-251
  - 2.2 Prudencia  
372
  - 2.3 Otras virtudes  
636: 565-591; 150: 123-137; 150: 185-201; 150: 49-60; 721: 73-115;  
721: 155-165
  - 2.4 Crítica  
690: 161-189

**Tema 8**

**CONCEPCIONES DEL HOMBRE Y DE SU VIDA; BASES PROXIMAS  
DE TODA ÉTICA APLICADA**

ANTROPOLOGIA FILOSOFICA. Concepto del hombre

1. *Antropología filosófica (Zubiri)*  
899: 75-103
  - 1.1 Personalidad y carácter  
322: 51-128; 172: 319-335; 485 passim
  - 1.2 Persona y libertad
  - 1.3 Persona y respetabilidad  
119: 11-39; 441: 169-187; 238: 453-471; 895: 163-185
2. *Concepto del hombre*  
642: 13-154
3. *Hombre y proyecto*
4. *Realización del hombre*
  - 4.1 Su reconstrucción  
596: 87-91
  - 4.2 Su perfección  
895: 83-141; 119: 75-85; 321; 402: 61-77
5. *Hombre y animal; el espíritu*

**Tema 9**

**CONCEPCIONES DEL HOMBRE Y DE SU VIDA; BASES PROXIMAS  
DE TODA ÉTICA APLICADA**

ANTROPOLOGIA FILOSOFICA. Teorías de la naturaleza humana

1. *Hombre, persona, modelo ético*  
945: 18-49
2. *Modelos humanos (EDEL)*
  - 2.1 Modelo humanístico; humanismo  
322: 20-49; 322: 131-154; 945: 7-15
  - 2.2 Modelo antihumanista  
945: 65-79
  - 2.3 Modelo pragmatista  
945: 49-64

3. *Principales teorías acerca del hombre*
  - 3.1 Clásica: Platón, Cristianismo  
878: 41-69; 878: 113-128; 441: 103-120; 441: 137-153
  - 3.2 Pascal  
636: 385-402; 390: 57-109; 944: 140-162
  - 3.3 Freud  
589: 33-52; 878: 91-110
  - 3.4 Fromm  
324: 61-80
4. *Teoría marxista*  
783 passim; 119: 40-53; 878: 71-88; 323: 36-54; 323: 90-93; 275: 33-223; 468: 96-117
5. *Teorías actuales*  
472: 144-162; 437: 7-36; 74: 41-51; 119: 141-151; 119: 86-113; 613: 214-245; 878: 167-171; 193: 86-101; 193: 314-317
6. *Crisis de la teoría del hombre (conflictos)*  
143: 15-49; 878: 15-36

### Tema 10

## LA ETICA A TRAVES DE SU HISTORIA

### DE LA ETICA GRIEGA A LA KANTIANA

1. *Justificación de la historia de la ética*
2. *Concepciones primitivas y clásicas*  
937: 39-62; 508: 51-85; 596: 81-104; 596: 19-39; 596: 41-55
3. *Cristianismo medieval*  
508: 87-108
4. *Siglos XVII y XVIII*
5. *Kant (deontologismo frente a egoísmo)*  
316: 17-46; 596: 133-163
6. *Vista panorámica*  
297: 12-31; 596: 577-599

**Tema 11**  
**LA ETICA A TRAVES DE SU HISTORIA**

**SISTEMAS ETICOS DEL SIGLO XIX**

1. *Siglo XIX en general*  
596: 169-239; 596: 241-277; 596: 511-538
2. *Comte*  
596: 343-454
3. *Anarquismo*
4. *Utilitarismo*  
440: 452-497; 316: 47-76; 398: 1-69
5. *Historicismo*  
746: 398-407
6. *Marxismo*
  - 6.1 Principios generales (marxistas); (moral comunista)  
596: 279-340; 727: 48-67; 783: 145-161; 354: 467-481; 844: 70-135;  
354: 447-466
  - 6.2 Determinismo-materialismo  
746: 284-300; 746: 331-357; 192: 147-175; 746: 310-315; 389: 95-178
  - 6.3 Teoría y praxis
  - 6.4 El deber moral (ideales comunistas)  
844: 275-303; 37: 92-119; 844: 159-165; 844: 223-249; 844: 137-158

**Tema 13**  
**ETICA INFORMATIVA Y DERECHOS HUMANOS**

1. *Derechos humanos en general*  
353; 945: 548-550
  - 1.1 Derechos y deberes limitativos  
579: 59-75; 813: 115-129; 717: 242-245
  - 1.2 Derechos humanos y Democracia  
717: 256-271; 813: 1-50
  - 1.3 Derechos humanos e inteligencia  
433: 1-62
  - 1.4 Derechos humanos y dignidad humana  
440: 559-603; 421: 23-37
  - 1.5 Derechos humanos y equilibrio  
599

- 1.6 Derechos humanos y racismo  
215: 70-79
- 2. *Derechos humanos y comunicación de masas*
  - 1.1 Derecho a la vida privada  
158: 185-209; 724: 3-19; 579: 184-191; 724: 33-57; 215: 173-175;  
410: 39-101; 741: 227-235; 410: 192-211; 924: 347-350; 507: 191-  
215
  - 1.2 Derecho a la fama (y otros derechos)  
579 passim; 158: 236-267; 410: 102-115
  - 1.3 Derecho a la propia imagen  
410: 116-134
  - 1.4 Derecho a la intimidad  
860: 263-292; 173: 212-227; 945: 527-547
  - 1.5 Derecho de autor y piratería intelectual  
158: 388-400; 579: 166-174
  - 1.6 Derechos de la infancia

#### Tema 14

### DERECHO A LA INFORMACION Y EMISORES

- 1. *El derecho a la información*  
310: 35-53; 874: 99-113; 876; 310: 206-253
  - 1.1 Fundamentación (ius communicationis)  
354: 323-335; 756: 84-105; 181: 1-12
  - 1.2 Derecho a la información y política: Constitución; pluralismo;  
políticos  
153 passim
  - 1.3 Derecho de acceso y problema económico  
61: 150-343; 158: 72-85; 50: 20-47; 536: 72-85
  - 1.4 Socialización del poder de informar  
76: 163-193; 76: 239-270; 76: 40-45
  - 1.5 Casuística  
553: 437-447
- 2. *Los emisores*
  - 2.1 Emisores y líderes de opinión  
640: 106-119; 304: 417-423; 81: 72-89; 970: 180-185
  - 2.1 El sujeto informador; derechos y deberes
  - 2.3 Derechos subjetivos; polos subjetivos  
298: 9-33; 952: 213-221; 225: 25-37
  - 2.4 Emisores y audiencias  
223: 125-139; 640: 91-105



**Tema 15**

**DERECHO A LA INFORMACION Y RECEPTORES**

1. *Justificación del derecho de recepción*

932

1.1 Necesidad social de información

1.2 Malnutrición informativa y desigualdad social

942: 26-46; 512: 13-42; 942: 29-55; 82: 231-253

1.3 Audiencias y medios de masas; quiénes odian los medios

970: 186-196; 123: 12-14; 639: 1-3

1.4 La reacción del público; creación de su interés

162: 429-469; 245

1.5 Política de audiencia

968

2. *Tipos de receptores*

2.1 Teorías sobre los receptores

7: 81-89

2.2 Audiencias primarias

53: 495-533; 117: 165-193; 396: 27-41

2.3 Telespectadores

6: 60-85; 970: 74-77

2.4 Radioyentes

30: 425-430

2.5 Lectores

379: 95-113; 639: 154-167

2.6 Receptores infantiles

2.7 Receptores femeninos

367: 158-175

2.8 Receptores masivos

983: 63-97

**Tema 16**

**DERECHO A LA INFORMACION Y MEDIOS DE MASAS**

**HISTORIA Y TIPOLOGIA**

1. *Historia de los Medios de Masas*

1.1 Historia

151: 51-81

1.2 Su auge en los años 70

639: 3-7

- 1.3 Trayectoria  
306: 19-27
- 1.4 Dialéctica  
835: 10-14
- 2. *Tipología*
  - 2.1 Clasificaciones; análisis  
664: 449-464; 223: 444-453; 349: 190-207
  - 2.2 Medios de clase  
223: 250-259
  - 2.3 Medios dominantes  
415: 17-77
  - 2.4 Canales  
21: 287-306; 901: 331-344
  - 2.5 Prensa, Radio, Televisión  
157: 11
  - 2.6 El libro  
51: 260-263
  - 2.7 Agencias, Organos de colecta y Difusión  
151: 83-95; 760: 16-17
  - 2.8 Nuevos Medios de Masas  
415: 95-151

### Tema 17

## DERECHO A LA INFORMACION Y MEDIOS DE MASAS

### ASPECTOS EPISTEMOLOGICOS Y MORALES

- 1. *Aspectos epistemológicos*
  - 1.1 Generalidades  
213: 64-75; 882: 189-215; 306: 175-227; 786: 65-78; 640: 18-32;  
640: 7-9; 573: 95-124; 142: 5-16; 409; 718: 13-23; 457: 273-295
  - 1.2 Análisis epistemológico y moral  
630: 13-80; 983: 9-26; 305: 474-485; 200: 159-221; 295: 18-46;  
975: 223-237; 397: 76-78; 717: 216-241; 813: 141-147; 938: 151-  
167; 465: 227-245; 251: 9-43; 241: 28-36; 255: 8-10; 460: 235-238
  - 1.3 Concepto de masa  
876: 480-497; 279: 44-47
  - 1.4 Medios de Masas, mensaje y contenido  
900: 299-301; 969: 197-204; 90: 57-71; 901: 219-231; 606: 117-179
- 2. *Aspectos morales*
  - 2.1 Los medios de masas como creadores de opinión  
779: 13-55; 981: 253-277; 7: 91-103; 779: 1-11

- 2.1.1 Noción de Opinión Pública y Política  
200 passim; 831: 639-642; 801: 275-286
- 2.1.2 Actitudes, creencias, prejuicios
- 2.2 Confianza en los medios de masas y retroalimentación  
856: 85-92; 151: 507-525

### **Tema 18**

## **DERECHO A LA INFORMACION Y MEDIOS DE MASAS**

### **ASPECTOS MORALES**

1. *El problema del influjo de los Medios de Masas*  
543: 30-51; 862: 211-233; 893: 123-135; 777: 1-28; 823: 147-157; 115: 1-6  
1.1 Su eficacia  
306: 145-173; 209: 8-14; 766
2. *Sus efectos*  
983: 90-112; 495 passim; 51: 56-59; 373: 197-226; 896: 51-54; 607: 47-111; 500: 232-239; 989: 239-270; 573: 169-189; 373: 229-242; 876: 498-539; 831: 349-398; 443: 35-61; 640: 136-151; 831: 119-123
3. *Los Medios de Masas como difusores de información*  
162 passim; 722: 107-120
4. *Los Medios de Masas como activistas*  
894: 257-296
5. *Los Medios de Masas como fuerzas sociales*  
894: 91-107

### **Tema 19**

## **DERECHO A LA INFORMACION Y MEDIOS DE MASAS**

### **ASPECTOS MORALES (VALORACION ETICA)**

1. *Aspectos morales*
  - 1.1 Los Medios de Masas, factores de educación; escuela de cultura  
664
  - 1.2 Factores de desarrollo; de cambio (y estabilidad); de revolución  
305: 143-171; 304: 117-225; 533: 51-57; 640: 33-43; 882: 217-243;  
500: 51-89; 132: 737-773; 151: 581-591; 894: 34-50

2. *Valoración ética*
  - 2.1 Medios de Masas y Etica  
407: 51-78; 900: 189-199
  - 2.2 Valoración  
640: 152-170; 790: 276-320; 295: 117-144
  - 2.3 Causantes de materialismo
  - 2.4 Posibilidades de mejora  
432: 399-415; 91: 34-49

### **Tema 20**

#### **ETICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

##### **LIBERTAD: CONCEPTO Y TEORIAS**

1. *Libertad en general*  
883: 193-213; 428; 871: 357-362; 304: 123-135; 531: 126-145; 543: 1-19; 729: 201-235; 953: 229-267; 471: 211-233; 319: 282-321; 695: 295-339; 786: 263-277; 756: 195-233; 690: 47-70; 408: 144-160; 148: 101-107; 615: 63-69; 776: 273-279; 898: 219-226; 368: 53-56; 494: 43-161; 148: 45-97; 319: 136-169; 611: 35-46
2. *Libertad positiva, libertad y ética*  
780: 2-19; 874: 86-97

### **Tema 21**

#### **ETICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

##### **LIBERTAD: ASPECTOS PSICOLOGICOS Y MORALES**

1. *Libertad y psicología*  
319: 28-49; 297 passim; 280 passim
2. *Libertad y democracia*  
60: 234-236; 553: 1-21; 553: 453-458
3. *Educación para la libertad*  
454: 96-107;
4. *Libertad y cristianismo*  
450: 302-361
5. *Indeterminismo y determinismo*  
297: 121-145; 440: 714-759; 595: 231-239; 248: 12-149; 792: 181-215; 786: 282-298; 636: 345-383

**Tema 22**  
**ÉTICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

LIBERTAD DE EXPRESIÓN: CONCEPTOS GENERALES

1. *Libertad de expresión: Definiciones*  
857: 39-59; 90: 115-118; 436: 179-191; 894: 53-67
2. *Libertad de expresión: Objeto y contenido*  
60: 93-96; 553: 239-271
3. *Historia; últimos avatares*  
297: 39-63; 553: 56-87; 432: 221-224; 444: 7-17
4. *Fundamentos de este derecho*  
972: 111-133; 828: 236-281; 952: 47-63; 131: 23-69; 972: 189-191;  
164: 151-173; 44: 143-155; 363: 54-71; 553: 22-55; 651: 1-65
5. *Su desarrollo; sus consecuencias*  
894: 69-89
6. *Libertad de expresión e intereses; dinero*  
49: 206-223
7. *Libertad e información*  
952: 65-81; 826: 23-42; 826: 181-196; 966: 59-83; 169 *passim*; 444:  
19-53
  - 7.1 Libertad de pensamiento  
482: 298-319
  - 7.2 Libertad de investigación  
553: 437; 553: 447-452
  - 7.3 Libertad de difusión  
60: 135-142
  - 7.4 Libertad de recepción  
60: 205-213
8. *Factores de falta de libertad*  
722: 66-80
9. *Teoría de MERRILL*

**Tema 23**  
**ÉTICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

ASPECTOS MORALES Y POLÍTICOS

1. *Perspectivas doctrinales*  
553: 89-121

2. *Libertad y obligaciones particulares*  
60: 129-133; 60: 185-205
3. *Problema internacional*  
305: 83-93; 305: 115-128
4. *El grado de libertad de expresión como indicador político*  
635: 217-229; 828: 316-335; 304: 136-160; 305: 129-139
5. *Límites*  
828: 106-135; 553: 361-371; 553: 273-287; 7: 66-80; 970: 165-170;  
315: 332-339; 206 passim; 828: 175-211; 828: 282-315
6. *Atentados a la libertad del informador*  
153: 157-159
7. *Libertad y responsabilidad*  
178: 13-27; 178: 119-143; 440: 680-713; 953: 173-225; 543: 20-29; 482:  
219-239

## Tema 24

### ETICA Y LIBERTAD INFORMATIVA

#### LIBERTAD DE EXPRESION Y SISTEMAS POLITICOS

##### Individuo y sociedad

1. *Sociabilidad del hombre*
2. *Naturaleza de esa sociedad*  
642: 155-239
3. *Etica y politica*  
916: 270-313
  - 3.1 Bien común  
440: 294-383
  - 3.2 Justicia  
593: 13-35; 593: 52-63; 636: 531-563; 642: 270-513; 746: 109-139;  
756: 290-304
  - 3.3 Cuestión social  
642: 551-590
4. *Sociedad y organización política*  
34: 131-160; 678: 97-119; 703; 756: 34-83
  - 4.1 Tipos de organización social

- 4.2 Democracia; paradojas democráticas; oposición y democracia  
440: 499-557; 756: 234-289; 758: 9-28; 173: 302-313; 757: 165-170;  
433: 63-105; 433: 140-149; 503: 97-105
- 4.3 Estado, gobierno, autoridad  
916: 316-319; 192: 518-530; 756: 106-171; 817: 23-47
- 5. *Falacias políticos-sociales*  
642: 551-590
- 6. *Individuo y grupo*  
356: passim; 357: 19-214; 65: 70-110; 758: 153-189; 138: 274-301;  
319: 50-66; 576: 101-150; 576: 169-177; 440: 211-256; 626: 365-371;  
883: 24-43; 986: 277-317; 576: 93-99; 611: 130-149

## **Tema 25**

### **ÉTICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

#### **LIBERTAD DE EXPRESION Y SISTEMAS POLITICOS**

##### **Medios de comunicación y sistemas políticos**

- 1. *Sistemas o regímenes políticos y medios de masas*  
780: 37-125; 38: 22-41; 640: 173-194; 847: 10-47; 970: 407-408; 211:  
28-39; 157: 214-221
  - 1.1 Los cuatro sistemas fundamentales  
969: 3-17
- 2. *Información y poderes políticos*  
704: 144-201; 801: 287-299; 801: 201-215; 285 passim; 918: 149-209
- 3. *Información y política*  
49: 1-27; 82: 6-68; 989: 292-310
  - 3.1 Información y cambio político  
285: 128-157
  - 3.2 Información y democracia  
164: 175-211
  - 3.3 Poder político y ayuda a la prensa  
360: 59-97; 336: 129-151; 124: 9-16; 360: 429-465
- 4. *Contenidos políticos en la información*
  - 4.1 Manifiestos  
51: 299-305
  - 4.2 Mitos políticos: caciques y líderes (¿Cómo se fabrican?)  
349: 184-189; 51: 94-107; 173: 200-211

- 4.3 Información política  
28:5 89-107; 555: 194-200; 285: 11-27; 226: 25-26
- 4.4 Información y socialización  
970: 320-330
- 4.5 Información y compromiso  
613: 313-319

**Tema 26**  
**ETICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

LIBERTAD DE EXPRESION Y SISTEMAS POLITICOS

**Sistema liberal y libertario**

1. *Liberalismo*  
615: 115-220; 200: 36-49; 200: 74-81; 467: 31-37; 543: 79-105; 979;  
543: 107-133
2. *Libertarismo*  
780: 67-102; 452 passim
3. *Liberalismo y periodismo*  
912
4. *Individualismo y democracia*  
999: 7-33
5. *Libertades civiles*  
518 passim; 576: 153-167
6. *Libertades formales y reales*  
377: 150-187
7. *Liberalismo y moral autónoma*  
999: 35-63

**Tema 27**  
**ETICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

LIBERTAD DE EXPRESION Y SISTEMAS POLITICOS

1. *Régimen de concentración y monopolio*
  - 1.1 Concepto
  - 1.2 Motivos; consecuencias



- 1.3 Régimen monopolístico con competición  
970: 13-36; 53: 371-419
- 2. *Régimen totalitario*  
452 passim; 817: 15-21
- 3. *Sistema autoritario*  
847: 89-123; 874: 131-147
- 4. *Sistema comunista*  
589: 79-93; 769: 246-248; 848: 51-66; 854: 41-59; 124: passim; 323:  
12-19; 323: 80-89
- 5. *Comunismo y política*
  - 5.1 Estados e individuo
  - 5.2 Información y política  
439: 19-52; 323: 69-79
  - 5.3 Eurocomunismo
- 6. *Comunismo e información*  
340 passim
  - 6.1 Función e influjo de la prensa  
304: 51-58; 463: 194-219; 463: 135-142
  - 6.2 Organizaciones profesionales; agencias  
304: 37-49

## **Tema 28**

### **ÉTICA Y LIBERTAD INFORMATIVA**

#### **LIBERTAD-CONCIENCIA-RESPONSABILIDAD**

- 1. *Conciencia, responsabilidad, libertad*
  - 1.1 Noción de responsabilidad en general  
535: 9-15
  - 1.2 Responsabilidad informativa  
777: 234-252
  - 1.3 Responsabilidad y libertad  
640: 45-57; 158: 414-416
  - 1.4 Responsabilidad y valor; intenciones y aspiraciones  
316: 77-103
  - 1.5. Responsabilidad empresarial
- 2. *Conciencia moral*
  - 2.1 Imputabilidad  
721: 35-58

- 2.2 Conciencia moral; definición; génesis; intención moral  
286: 54-66; 946: 21-31; 695: 285-293; 944: 301-345; 150: 208-216
- 2.3 Culpabilidad  
145; 946: 32-47; 692: 128-158; 438: 187-211; 324: 140-156
- 2.4 Culpabilidad y autoconocimiento; llamada del hombre a sí mismo  
322: 155-187
- 2.5 Culpabilidad y poder: culpabilidad desgraciada  
436: 193-200
- 3. *Cláusula de conciencia*  
153: 109-110

### Tema 29

## ETICA Y COMUNICACION INTERPERSONAL

### CONCEPTO Y TRASCENDENCIA

- 1. *Concepto*
  - 1.1 La comunicación humana  
963: 3-19; 16; 521: 9-29; 613: 195-205; 945: 507-527; 997; 514
  - 1.2 Teorías
- 2. *Trascendencia*  
269: 144-167; 31: 103-191
  - 2.1 Comunicación modelica  
963: 26-39; 285: 29-48; 395: 83-109; 395: 134-149; 879: 146-173
  - 2.2 Su efectividad; efectos  
901: 184-217; 901: 233-247; 790: 105-145; 223: 69-89; 53: 640-683
  - 2.3 Comunicación interpersonal y ayuda  
291: 190-195; 928: 305-411; 457: 21-79; 79: 11-15; 573: 143-165

### Tema 30

## COMUNICACION INTERPERSONAL

### BASES ANTROPOLOGICO-ETICAS

- 1. *Bases genéricas*  
584: 15-52; 223: 110-121; 479 passim
- 2. *Intersubjetividad*  
613: 118-127; 613: 539-549; 51: 7-8; 901: 113-133; 880 passim

3. *Bases amorosas*  
613: 154-175; 173: 321-325; 880: 266-282
4. *Autoapertura a los otros; auto-percepción*  
880: 91-113; 880: 182-216; 880: 148-180
5. *Comprensión e incomunicación*  
566: 13-139; 879: 50-114; 146: 9-45; 147: 185-193

### **Tema 31**

## **COMUNICACION INTERPERSONAL**

### **CARACTERISTICAS Y TIPOS**

1. *Características*
  - 1.1 Dialógica  
613 passim; 880: 115-146; 173: 315-319
  - 1.2 Confidencial  
713
  - 1.3 Conversacional  
613: 140-147
  - 1.4 Transaccional  
880: 29-49
  - 1.5 Con retroalimentación  
861: 275-287
  - 1.6 Socialmente informal
2. *Tipos*
  - 2-1 Gestual  
56; 51: 453-459; 613: 456-488; 880: 217-243
  - 2.2 Sexual
  - 2.3 Terapéutica  
22: 85-109; 65: 182-209; 613: 246-291
  - 2.4 Comunicación interpersonal y grados de convivencia  
228

### **Tema 32**

## **ETICA Y COMUNICACION DE MASAS**

### **COMUNICACION HUMANA Y COMUNICACION DE MASAS**

1. *Comunicación en general*  
83: 61-87; 737: 153-165; 143: 206-251; 45: 19-35

2. *Comunicación de masas; definiciones básicas*  
267: 202-211; 791: 209-230; 457: 273-295; 872: 67-85; 863: 91-101;  
755: 88-95; 451: 72-103; 791: 287-297
3. *Proceso comunicativo*  
16 passim; 584: 59-252; 51: 350-353; 640: 3-17; 831: 448-465; 245: 9-23
4. *Tipos de comunicación*  
190: 3-60; 190: 109-147; 291: 122-158; 90: 29-53; 901: 6-15; 100 passim;  
555: 190-193; 772: 92-109; 786: 53-63; 655: 44-51; 304: 3-27; 820: 41-49
5. *Esencia de la información*  
392: passim; 663: 329-351
  - 5.1 Tipos de información
  - 5.2 Información y actualidad; criterios de lo noticioso; características; esencia de la publicística  
162: 18-31; 162: 471-475; 7: 163-173; 7: 105-119; 290: 67-87; 90:  
3-25; 647: 32-47; 432: 11-25
6. *Bibliografía*  
291: 50-70

### Tema 33

## ETICA Y COMUNICACION DE MASAS

### TEORIAS Y METODOS

1. *Teorías*
  - 1.1 Enfoques y teorías  
901 passim; 290: 25-53; 892: passim; 230: 113-122; 928: 53-227;  
995: 3-47; 777: 29-52; 573: 23-61; 831: 643-654
    - 1.1.1 Problemática  
786: 79-87; 627: 422-437; 304: 466-473
    - 1.1.2 Filosofía de la publicística  
223: 37-67; 364: 13-38; 879: 36-49; 749: passim; 90: 135-162;  
90: 15-22; 99: 95-102; 901: 19-43
  - 1.2 Valor humanístico de la comunicología  
295: 78-116; 295: 194-224
2. *Métodos*  
963: 41-127; 221: 201; 901: 347-383
  - 2.1 Niveles de análisis  
58; 901: 155-182
  - 2.2 Tendencias de estudio  
88: 8-18

**Tema 34**  
**ÉTICA Y COMUNICACION DE MASAS**

**DIMENSION SINTACTICA**

1. *Semiótica*  
262: 473-481
2. *Semiología y lenguaje*  
655: 62-78; 706: 125-182; 136: 213-233
  - 2.1 Lenguaje y comunicación  
835: 58-65
  - 2.2 Signo, significado, sentido  
344: 167-217; 258: 167-191; 223: 251-257; 258: 107-166
  - 2.3 Trucos lingüísticos  
51: 460-465; 613: 491-505
3. *Sintáctica y codificación*
  - 3.1 Codificación y legibilidad  
674: 88-97; 136: 131-149; 774: 6-19
  - 3.2 Códigos sociales; códigos y contenidos  
394: 107-125; 862: 45-65; 862: 23-43; 552: 19-25
  - 3.3 Presupuestos ideológicos y estéticos  
262: 457-572; 263: 159-191; 262: 416-436
  - 3.4 Simbolismo  
613: 548-554; 243: 129-193; 366: 20-35; 613: 397-403; 900: 21-47

**Tema 35**  
**ÉTICA Y COMUNICACION DE MASAS**

**DIMENSION SEMANTICA: Fenomenología de la Cultura de Masas**

1. *Semántica; reflejo de la sociedad*  
613: 509-517; 263: 96-158; 51: 465-468; 879: 24-35; 81: 90-97
2. *Cultura de masas*  
977: 3-35
  - 2.1 Noción  
354: 574-586; 790 passim; 556: 141-173; 51: 78-89; 295: 145-167;  
669: 135-163; 564: 249-257; 53: 572-601; 121: 67-79; 669: 165-233
  - 2.2 Niveles y clasificación: criterios  
121: 81-105
  - 2.3 Géneros  
121: 81-105
  - 2.4 Creatividad  
483: 13-147

3. *Cultura y civilización*
4. *Comunicación de masas y arte*  
840: 245-321; 264: passim; 273: passim; 83: 33-71; 436: 115-137; 23:  
43-46; 243: 69-125; 305: 389-416
5. *Comunicación de masas y semiótica*  
765; 669: 135-163
6. *Comunicación de masas y culturas vernáculas*  
490: 113-122

### Tema 36

## ETICA Y COMUNICACION DE MASAS

DIMENSION SEMANTICA: Aspectos morales de la cultura de masas

1. *Creación del hombre-masa*  
705 passim; 366: 347-363; 333: 1-12; 741: 196-215; 783: 163-191;  
318: 70-77; 784: 102-127
  - 1.1 Sociedad de masas  
72: 11-59; 90: 129-132
  - 1.2 Dominio de las masas  
192: 297-311; 472: 35-65
  - 1.3 Cultura socializada  
693: 111-120; 330: 115-130
2. *Pseudolibertad, alienación y posibilidades de liberación*  
323: 55-68; 614: 89-209; 861: 163-184; 741: 220-227; 883: 214-234;  
468; 611: 10-19; 144: 77-100; 402: 45-59; 192: 271-295; 883: 163-177
3. *Decadencia y regeneración*  
472: 112-143; 472: 31-34
4. *Cultura de masas y mal gusto*  
72: 177-231; 259: 79-151
5. *Polémica entre apocalípticos e integrados*  
306: 228-251; 72: 59-177; 259: 383-403

### Tema 38

## ETICA Y COMUNICACION DE MASAS

DIMENSION PRAGMATICA: Funciones positivas

1. *Pragmática*  
584: 261-317

2. *Función educadora*  
977: 83-95; 111: 92-123; 462: 90-100; 776: 253-261; 782: 150-165; 918: 103-147; 952: 11-23; 450: 209-225; 304: 226-235; 613: 445-455; 74: 63-71; 209: 36-65; 559: 71-76; 395; 377: 115-147; 223: 395-409
3. *Función crítica*  
121: 53-63; 200: 114-157; 611: 42-50; 586: 5-21
4. *Función moralizadora*  
489: 1-28; 558: 397-409
5. *Función responsabilizadora*  
894: 297-320; 396: 13-26
6. *Funciones de modernización; socialización; integración*  
90: 75-82; 580: 5-20; 223: 183-201; 210: 70-82; 901: 315-327; 613: 383-395
7. *Funciones de dirección espiritual e ideológica*  
749: 30-50; 144: 133-144; 970: 205-217
8. *Factor de ocio*  
977: 67-74; 432: 289-295

### **Tema 39**

## **ÉTICA Y COMUNICACION DE MASAS**

### **DIMENSION PRAGMATICA: Funciones positivas**

1. *Interés público*  
756: 172-193; 178: 31-57  
756: 172-193; 178: 31-57
2. *Desarrollo social*  
947: 325-565; 780 *passim*; 830 *passim*; 822 *passim*; 78:3-5; 155: 9-23;  
7: 121-128; 742: 1-3; 694: 45-48
3. *Democratización; en los países libres*  
533: 38-44; 947: 223-315; 896: 20-22; 801: 188-199
4. *Orden público y participación*  
310: 374-396; 74: 29-39; 801: 251-274; 831: 656-667; 304: 29-36;
5. *Progreso político*  
987: 25-41
6. *Factor de dominación; responsables*  
457: 195-229
7. *Ideal moral de la comunicación de masas*  
285: 29-47; 105: 111-117; 981: 278-301; 981: 318-334

**Tema 40**  
**ETICA Y COMUNICACION DE MASAS**

PRINCIPIOS GENERALES

1. *Planteamiento general*  
900 passim; 901 passim; 640: 606-635; 557: 101-125; 407: 11-29
2. *Problemas básicos*  
947 passim; 269: 268-327; 407: 31-126; 309
3. *Valores éticos de la comunicación*  
900 passim
4. *Etica del proceso comunicativo*  
900 passim
5. *Etica comunicacional*
  - 5.1 y literatura  
900: 115-143
  - 5.2 e ideología  
883: 143-156
  - 5.3 y lenguaje moral
  - 5.4 y arte
6. *Etica y estética*  
288; 214; 42; 714; 229

**Tema 41**  
**ETICA Y COMUNICACION DE MASAS**

DOCTRINA PONTIFICIA

1. *Teología y Comunicación de Masas*  
555: 79-87; 594: 49-58
2. *Moral informativa*  
310: 447-491; 748: 137-154; 52: 375-433
3. *Doctrina papal*  
222
  - 3.1 Historia  
29: 71-85; 466: 42-86
  - 3.2 Etica de la Comunicación de Masas en Pablo VI



**Tema 42**  
**ÉTICA DE LA PERSUASION Y PROPAGANDA**

DELIMITACION DE CONCEPTOS

1. *¿Qué es persuasión?*  
349: 52-57; 456: 61-97; 21: 415; 877: 134-145; 457 passim; 526 passim;  
203 passim; 808: 138-151; 114: 55-79
2. *¿Qué es propaganda?*  
776: 263-271; 640: 212-227; 247: 41-51; 876: 434-450; 272: 3-87; 271:  
181-183

**Tema 43**  
**ÉTICA DE LA PERSUASION Y PROPAGANDA**

TIPOS DE PERSUASION Y PROPAGANDA

1. *Según los persuadidos: persuasión infantil*  
366: 384-403; 526: 232-241; 349: 58-85
2. *Según los niveles*  
349: 230-251
3. *Propaganda política*  
247: 9-11; 239: 10-43
  - 3.1 Autoritario-totalitaria; persuasión de masas y propaganda comunista rusa  
978 passim; 456: 51-61; 454: 38-45; 109: 1-57; 21: 367-382; 247:  
223-281
  - 3.2 Democrática  
456: 41-51; 247: 325-339; 454: 30-37
  - 3.3 De campaña (oratoria)  
200: 373-394; 790: 377-406
4. *Propaganda promocional*

**Tema 44**  
**ÉTICA DE LA PERSUASION Y PROPAGANDA**

ASPECTOS PSICOLOGICOS

1. *Perspectivas psicológicas de la persuasión*  
366: 213-251; 117: 104-129

- 1.1 Persuadidos: atención e interés; sugestibilidad  
21: 105-119; 454: 85-95
- 1.2 Persuasores: intención; preparación; influjo personal  
161: 243-269; 173: 228-239; 366: 37-53; 532: 151-158; 471: 235-253;  
900: 287-297
- 1.3 Motivación; poder de los motivos  
995: 177-195; 114: 81-103; 831: 816-833; 366: passim; 21: 47-71
- 2. *Propaganda y Psicología*
  - 2.1 Fundamentos de la propaganda: necesidad; condiciones  
272: 89-151
  - 2.2 Su eficacia; efectos psicológicos  
272: 260-301; 272: 161-191

### Tema 45

## ETICA DE LA PERSUASION Y PROPAGANDA

### ASPECTOS LINGÜISTICOS

- 1. *Comunicación y retórica*  
964: 115-211; 869: 57-81; 869: 121-238; 62: 197-226; 613: 335-354; 122;  
957: 239-249; 204: 12-16; 105: 31-45; 457: 154-193; 744: 50-83
  - 1.1 Mensajes imperativos  
121: 201-218
  - 1.2 El debate  
933: 123-135; 479 passim; 877: 15-29
- 2. *Propaganda e información; el contenido propagandístico*  
239: 84-102

### Tema 46

## ETICA DE LA PERSUASION Y DE LA PROPAGANDA

### METODOS

- 1. *Métodos persuasivos en general*  
366: 365-383; 831: 579-595; 366: 504-523; 628: 165-183; 877 passim
- 2. *Reglas y técnicas*  
247: 123-221; 239: 44-83
- 3. *Recursos persuasivos*
  - 3.1 La lógica y lo emocional  
862: 107-127; 114: 104-125; 628: 57-80
  - 3.2 Lo erótico

4. *Formas ocultas de persuasión*  
710: 84-95
  - 4.1 Persuasión subliminal  
142: 35-43
  - 4.2 Persuasión química  
454: 68-84
5. *Lavado de cerebros y cambio psicológico*  
117 passim; 349: 87-105; 454: 58-67; 628: 33-53
6. *La propaganda reiterativa*  
172: 381-409; 172: 485-511

#### **Tema 47**

### **ÉTICA DE LA PERSUASIÓN Y DE LA PROPAGANDA**

#### **ASPECTOS HISTÓRICOS Y MORALES**

1. *Aspectos históricos*  
964 passim; 807: 117-129; 869: 19-51
  - 1.1 Historia: Propaganda; persuasión; grandes propangandistas  
247: 15-39; 271: 167-179; 248: 53-105; 366: 54-73; 272: 303-314
  - 1.2 La persuasión en Aristóteles  
33 passim
  - 1.3 La propaganda en América  
970: 220-226
  - 1.4 El futuro de la persuasión  
366: 524-530
2. *Aspectos morales*
  - 2.1 Persuasión y sociedad: la sociología; la ideología  
964: 186-211; 933: 101-119; 613: 371-379; 117: 244-266; 21: 25-42
  - 2.2 Efectos sociopolíticos  
21: 385-399; 272: 193-257
  - 2.3 La retórica callejera: agitación y control  
501: 71-363; 598
  - 2.4 La opinión pública como base  
247: 107-122; 188: 90-112; 349: 208-223
  25. Propaganda y países en desarrollo  
969: 243-256
  - 2.6 El poder de los medios  
780: 187-235; 117: 131-164

**Tema 48****ETICA DE LA PERSUASION Y DE LA PROPAGANDA**

## VALORACION GLOBAL

1. *Perspectivas éticas de la persuasión*
  - 1.1 Fundamentos ontológicos
  - 1.2 Principios éticos  
831: 426-447; 114: 225-247; 21: 235-265; 73: 361-195; 995: 87-238;  
913: 349-358
  - 1.3 Riesgos  
349: 224-227
  - 1.4 Límites  
536: 52-70
  - 1.5 Credibilidad  
114: 251-267
  - 1.6 Axiología de la retórica  
807: 138-197
2. *Juicio crítico de la propaganda*  
456: 121-135; 247: 377-401; 53: 553-571

**Tema 49****ETICA Y MANIPULACION INFORMATICA**

## CONCEPTOS Y TIPOS

1. *Nociones básicas. Planteamiento de la cuestión*  
46 passim; 51: 306-316; 990 passim; 317: 192-218; 709: 12-26; 945:  
174-196; 200: 395-436; 366: 132-151; 526: 162-211; 561: 118-167; 459:  
52-56; 736: 94-109
2. *Motivaciones y manipulación*  
901: 93-111; 429: 58-81
3. *Tipos de manipulación*
  - 3.1 Coacción psíquica  
851:40-45
  - 3.2 Indoctrinación  
366: 152-170; 366: 190-209
  - 3.3 Arrastre  
226: 262-268

**Tema 50**  
**ÉTICA Y MANIPULACION INFORMÁTICA**

**ASPECTOS PSICOLÓGICOS Y MORALES**

1. *Manipulación y psicología*
  - 1.1 Conducta  
456: 75-107; 878: 129-146; 857: 9-37
  - 1.2 Sentimientos  
92
  - 1.3 Contramanipulación  
107: 99-117  
— Autodominio  
226: 249-259  
— Elección concienciada
2. *Objetos de manipulación*  
507: 78-97
  - 2.1 Persona
  - 2.2 Lenguaje  
566: 139-233
3. *Factores de manipulación*
  - 3.1 Medios de Masas  
118 passim; 346: 55-61
  - 3.2 Nacionalismos  
366: 171-189; 851: 46-65
  - 3.3 Coloniajes informativos
  - 3.4 Planificación  
224: 105-280
4. *Manipulación y moral*
  - 4.1 La escuela de Frankfurt  
734: 32-40
  - 4.2 Bienes de consumo  
629: 88-96
  - 4.3 Opinión Pública  
396: 74-92; 794: 183-207

**Tema 51**  
**ÉTICA Y COMUNICACION PARA EL OCIO**

1. *El ocio en la existencia humana*
  - 1.1 Esencia del juego  
562: 23-351; 603: 21-28

- 1.2 Naturaleza lúdica del hombre  
603: 17-20
- 1.3 Hacia una civilización del ocio  
112 passim; 519 passim; 337: 201-209; 113: 555-596; 519: 235-265
- 1.4 Ocio y cultura
- 1.5 Ocio y comunicación de masas; evasión y MM; los concursos; el turismo  
669: 305-341; 776: 235-251; 902: 49-80; 266; 617; 780: 255-294;  
74: 115-123; 335: 184-189
2. *Géneros informativos y ocio*
  - 2.1 Información metereológica  
669: 304-341
  - 2.2 Información deportiva y ética
3. *La comunicación cómica*  
609: 3-20; 609: 199-320; 45: 239-253; 790: 409-422
  - 3.1 El comic; semiótica de lo cómico; comics y violencia; juventud  
244 passim; 243: 97-116; 790: 423-443; 67; 171: 133-193; 199  
passim; 223: 261-282; 525: 91-96; 525: 182-188
  - 3.2 Comunicación y risa
  - 3.3 El cine como diversión  
331: 13-27
  - 3.4 Los payasos
4. *Recapitulación ética: ocio, comunicación lúdica y ética*  
519 passim; 901: 217-235

### Tema 53

## ETICA Y CONTENIDO DE LOS MEDIOS DE MASAS

### CONTENIDO Y VIOLENCIA: Concepto

1. *Noción de violencia*  
121: 165-180; 123: 4-7; 672: 102-123; 955: 185-193; 970: 263-319; 302;  
525: 151-162; 403: 97-115
2. *Información y violencia*  
569: 310-336; 802: 178-191; 443: passim; 521: 612-635; 123: 28-30;  
646; 527; 123: 41-44; 500: 125-154
  - 2.1 Violencia y MM: Amarillismo  
525: 33-39; 525: 3-29; 970: 256-262; 140: 23-71; 140: 91-193; 477:  
751115; 676: 111-257; 955: 153-163

- 2.2 Violencia y MM americanos  
525: 168-182
- 2.3 Violencia y literatura
- 3. *Violencia y contenido*  
435: 7-8

**Tema 54**  
**ÉTICA Y CONTENIDO DE LOS MEDIOS DE MASAS**

**RAICES Y FORMAS DE EXPRESION**

- 1. *Raíces sociales y expresiones masivas*
  - 1.1 Deshumanización y violencia  
741: 236-263
  - 1.2 Violencia y terrorismo; objetividad y terrorismo  
639: 119-205
  - 1.3 Violencia y crimen  
970: 244-245
  - 1.4 Violencia y efectos
  - 1.5 Violencia y conflictos sociales
    - 1.5.1 Teorías  
782: 493-513
    - 1.5.2 Protesta, desviación, contestación  
51: 59-61; 990: 137-160; 146: 113-153; 853: 54-64
    - 1.5.3 Desobediencia civil  
999 passim
    - 1.5.4 Culturas en conflicto  
321: 105-123
    - 1.5.5 Violencia y revolución  
955: 165-184; 441: 203-231; 402: 7-43
  - 1.6 Espectáculos de masas  
123: 18-25
    - 1.6.1 Sexo  
284; 112: 137-148; 118: 108-118; 249 passim; 340: 95-108;  
970: 403-406
    - 1.6.2 Agresividad  
525: 131-139; 878: 149-164
  - 1.7 Violencia y público infantil
  - 1.8 Violencia nocturna
- 2. *Raíces políticas*  
17
  - 2.1 Violencia y control público

- 2.2 Violencia institucional; incorporación de modelos
- 2.3 Violencia en los métodos persuasivos
  - 2.3.1 Retórica callejera
  - 2.3.2 Contrainformación y debates  
51: 62-71; 831: 71-753

### Tema 55

## ETICA Y CONTENIDO DE LOS MEDIOS DE MASAS

### CONTENIDO Y CENSURA

Censura: Concepto y argumentaciones en pro y en contra

1. *Planteamiento de la cuestión*  
993: 37-43; 200: 276-315; 530 passim; 163: 287-291; 121: 181-194;  
30: 442-446; 90: 119-121
  - 1.1 Censura y represión  
131
  - 1.2 Censura y control de ideas  
158: 271-279; 158: 312-319
  - 1.3 Persuasión  
366: 465-502
  - 1.4 Sanciones gobierno  
972 passim
  - 1.5 Formas y vías de censura
    - 1.5.1 Agencias de noticias  
157: 32-37
    - 1.5.2 Paginación-colocación; columnistas  
157: 44-48; 157: 81-87
2. *Argumentaciones en pro y en contra*
  - 2.1 Pro
    - 2.1.1 Censura y arte
    - 2.2.2 Censura y diversión  
157: 88-93
    - 2.2.3 Censura y libertad  
463: 184-193
  - 2.2 Contra
    - 2.2.1 Censura y moralidad  
407: 79-97
    - 2.2.2 Censura y consumidor  
157: 59-67



**Tema 56**

**ÉTICA Y CONTENIDO DE LOS MEDIOS DE MASAS**

**CONTENIDO Y CENSURA: CONTENIDOS CENSURABLES**

1. *Violencia y pornografía*  
868: 101-115; 163 passim; 407: 98-117; 432: 386-395; 158: 284-311;  
158: 280-283
2. *Libelo*  
207 passim; 158: 229-234; 942: 196-207
3. *Censura y cine*  
498 passim
4. *Censura y publicidad*  
157: 107-110; 157: 95-99
5. *Censura y televisión*  
157: 100-105; 157: 111-111; 157: 38-43; 157: 75-80
6. *Censura y lenguaje*  
157: 15-19
7. *Censura y documentales*  
157: 68-74

**Tema 57**

**VERDAD, VERACIDAD Y OBJETIVIDAD INFORMATIVAS**

**ÉTICA Y VERDAD: ESENCIA Y TIPOS DE VERDAD**

1. *Verdad e ideología*  
370 passim; 568: 41-95; 350 passim; 345: 47-68; 782: 474-491; 563;  
84; 611: 10-129
2. *Semiótica, sintaxis y simbolismo*  
973 passim; 143: 90-97; 491: 13-113; 926
3. *Teorías gnoseológicas*  
711 passim; 616: 15-27; 616: 101-105
4. *Tipos de verdad*  
711: 41-47
  - 4.1 Verdad periodística  
111: 61-75; 173: 174-198
  - 4.2 Verdad en el reportaje  
55: 79-84; 482: 99-124; 482: 241-254; 450: 81-105; 430: 319-337

**Tema 58****VERDAD, VERACIDAD Y OBJETIVIDAD INFORMATIVAS**

## ETICA Y VERDAD: COGNOSCIBILIDAD DE LA VERDAD

1. *Cognoscibilidad*  
14: 15-34; 55: 5-13; 55: 311-325; 611: 154-165
2. *Verdad y probabilidad*  
43: 101-118
3. *Verdad y error; y falsedades*  
639: 136-142; 535: 33-41; 473: 289-301
4. *Estructura de nuestro conocimiento*  
55: 85-107; 55: 139-157
  - 4.1 Realismo crítico  
613: 207-213
  - 4.2 Ciencia social: valor epistemológico  
797: 109-129; 907 psasim; 156: 13-85; 800: 54; 911
5. *Criterios de verdad y de certeza*  
55: 109-137; 55: 175-203; 956; 14; 55 passim

**Tema 59****VERDAD, VERACIDAD Y OBJETIVIDAD INFORMATIVAS**

## ETICA Y OBJETIVIDAD: POSIBILIDAD DE LA OBJETIVIDAD O

## COGNOSCIBILIDAD Y COMUNICABILIDAD DE LA VERDAD

1. *Posibilidad de la objetividad*  
962: 57-148; 427: 63-79; 852: 83-98; 639: 69-88; 360: 11-57; 108 passim
2. *Esquematización del problema*
3. *Sociología del conocimiento*  
474: 128-161; 474: 81-127
  - 3.1 Prejuicios y estereotipos  
970: 345-359; 970: 399-402
  - 3.2 Parcialidad  
168 passim
  - 3.3 Interpretación  
780: 187-208; 432: 139-164
  - 3.4 Tendencias  
639: 212-217; 432: 170-182

4. *Objetividad e ideología*  
788: 215-249; 849: 19-39; 64: 427-536; 55: 73-77; 755: 216-219; 608:  
5-21; 919: 176-183; 841: 187-199; 737: 133-141; 726: 31-45
5. *Aspectos filosóficos*  
806: 43-55
  - 5.1 Estructura y límites del conocer; lo irracional
  - 5.2 La intencionalidad  
359
  - 5.3 El objeto como problema (la materia difundida); análisis de  
contenido  
754 passim; 58: 259; 58: 113-157; 81 passim; 499: 81-118

#### **Tema 60**

### **VERDAD, VERACIDAD Y OBJETIVIDAD INFORMATIVAS ÉTICA Y OBJETIVIDAD: OBJETIVIDAD Y GENEROS INFORMATIVOS**

1. *La objetividad según los tipos de información  
(noticias, opiniones)*
2. *Los medios de masas como fuentes informativas*  
876: 127-151; 790: 61-139; 168 passim; 790: 81-143; 988: 17-25
3. *El rumor*  
639: 186-192; 223: 413-428; 223: 413-427; 657: 284-313
4. *Prensa y televisión*  
786: 236-247; 246: 219-224
5. *Noticia y «gatekeeper»*  
223: 173-181
6. *Cámara*  
414: 50-58
7. *Problemas del relato*  
162: 71-125
8. *Objetividad de prensa y política*  
151: 564-580

**Tema 61**  
**VERDAD, VERACIDAD Y OBJETIVIDAD INFORMATIVAS**

ETICA Y VERACIDAD

1. *Noción*  
721: 166-181; 457: 40-193
2. *Temas*
3. *Virtudes adyacentes*  
150 passim
  - 3.1 Sinceridad  
150: 77-88
  - 3.2 Límites a la sinceridad; decoro  
535: 43-50; 777: 130-174
  - 3.3 Sinceridad y sensacionalismo  
184: 99-105; 184: 107-119; 215: 196-215; 546: 43-45
4. *Veracidad y credibilidad*  
478: 1-11; 639: 168-175; 444: 55-65; 639: 176-185; 432: 41-46; 100: 128-141; 929: 110-119

**Tema 62**  
**VERDAD, VERACIDAD Y OBJETIVIDAD INFORMATIVAS**

ETICA Y SECRETO PROFESIONAL

1. *Secreto profesional: planteamiento de la cuestión*  
301: 110-133; 308: 293-298; 308: 5-16; 553: 340-361; 794: 7-15
2. *Tema*
3. *Fundamentos*  
721: 116-155
4. *Ambito del secreto profesional*  
(límites a la verdad informativa)
  - 4.1 Secreto y asuntos criminales «subjudice»; desprecio de la Justicia (de Corte)  
432: 63-70; 430: 389-413; 970: 246-255; 61: 117-125; 215 passim; 430: 414-434
  - 4.2 Secretos de gobierno y de estado  
553: 304-339; 534: 62-84; 975: 203-221; 60: 143-185; 60: 98-128; 794: 3-17; 794: 209-227

- 4.3 Secreto y ley; secreto y Derecho  
932: 58-147; 553: 405-413; 794: 113-181
- 4.4 Extensión o ámbito del s. profesional  
308: 27-37
- 5. *Sujetos obligados*  
308: 38-44
- 6. *Secreto periodístico y Prensa*

**Tema 63**  
**ÉTICA, INFORMACION Y UTOPIAS**

**UTOPISMO, CONCEPTO Y TIPOS**

- 1. *Utopismo*  
890: 85-94; 955: 194-216; 321: 87-103; 321: 125-139; 318 passim; 746: 174-557; 685 passim; 412: 239-247; 895: 39-53
- 2. *Utopismo optimista, creativo*
- 3. *Auge del prospectivismo*
- 4. *Utopías y apocalipsis*  
354: 176-183; 955: 117-133; 975 passim; 300: 161-186; 300: 9-122; 640: 257-264; 321: 11-37; 593: 36-47; 558: 431-452; 875: 419-445; 107: 126-131
- 5. *Utopismo psicológico*  
472: 163-175; 471: 150-159; 300: 124-142
- 6. *Utopismo biológico*  
472: 198-207; 761 passim; 786: 32-35
- 7. *Utopismo y revolución educativa*
  - 7.1 El profesor futuro
  - 7.2 La educación futura; globalidad  
421: 63-83
  - 7.3 Técnica y cultura
- 8. *Utopismo y revolución tecnológica*
  - 8.1 Informática  
51: 250-259
  - 8.2 Cibernética  
835: 52-57

**Tema 64**  
**ETICA, INFORMACION Y UTOPIAS**

**MEDIOS DE MASAS Y PROSPECTIVA**

1. *Futuro de la Comunicación de Masas y revolución electrónica*  
99: 71-91; 2: 9-14; 773: 233-241; 555 passim; 132: 775-783; 49: 293-303; 640: 63-77; 589: 95-109; 969: 207-225; 160: 19-39; 780: 317-325
2. *Comunicación por cable*  
36: 303-307; 86: 69-75; 19: 107-121; 835: 80-87; 7: 56-65; 2 passim; 91: 136-158; 970: 92-97; 522
3. *Comunicación vía-satélite*  
831: 952-965; 969: 198-206; 304: 243-249
4. *Revolución tecnológica para la Comunicación de Masas. Video*  
208: 4-73; 370: 3-179; 615: 314-328; 9: 485-642; 118: 156-171; 2: 93-127; 191: 5-33; 191: 113-125; 582: 123-147; 51: 469-482; 835: 66-79

**Tema 65**  
**ETICA, INFORMACION Y UTOPIAS**

**UTOPISMO MORAL Y CRISIS DE CIVILIZACION**

1. *Progreso y revolución*  
399: 3-37; 613: 1-10; 324: 81-139; 555: 9-21; 436: 141-175; 817: 131-149
2. *Progreso, revolución permanente*  
873 passim; 612: 19-239; 15: 3-23; 589 passim; 433: 106-139; 611: 72-83
3. *Utopía y violencia*
4. *Moral futura*  
208: 317-398; 557: 143-157; 723
  - 4.1 *Etica renovada*  
944: 45-75
  - 4.2 *Progreso moral*  
783: 84-101
5. *Civilización occidental: prospectiva europea*  
471: 163-185; 927; 516; 421: 38-62; 421: 84-98; 801: 217-248; 321: 39-49; 813: 130-136; 321: 215-220; 786: 248-259; 862: 235-243

**Tema 66**

**ÉTICA, INFORMACION Y UTOPIAS**

**UTOPISMO MORAL Y SOLIDARIDAD MUNDIAL**

1. *Sociedad futura*  
471: 187-209; 497
2. *Derecho de gentes*  
487
3. *Sociedad abierta*
  - 3.1 Universitas, meta del progreso social  
421: 99-115; 421: 14-21; 192: 446-470; 421: 4-13
  - 3.2 Teorías filosóficas  
746 passim; 591: 43-86; 746 passim
4. *Autoridad*
5. *Paz*  
636: 509-529; 488 passim; 209 passim; 955: 263-281; 221: 1-12;  
192: 252-269
6. *Guerra*
7. *Intercomunicación*  
931: 23-35
8. *Comunicación internacional y propaganda*  
305 passim; 304 passim
9. *Marginados*  
168 passim
10. *Bien común*  
401: 67-85

**Tema 67**

**ÉTICA, INFORMACION Y UTOPIAS**

**INFORMACION Y UTOPIAS NOVELADAS**

1. *Orwell, 1984*  
116: 86-93
2. *Huxley, Un Mundo Feliz*  
455: 9-17

3. *H. Hesse, Juego de Abalorios*
4. *McLuhan, Mutaciones*  
700 passim; 654 passim; 628 passim; 181: 51-74
5. *Skinner, Walden Dos*
6. *Bradbury, Fahrenheit*
7. *Morris, Noticias de Ninguna Parte*

### Tema 68

#### DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA

##### NORMAS DEONTOLOGICAS Y NORMAS ETICAS

1. *Definición de Deontología*  
352: 4-5; 564: 197-209; 400: 31-45; 256: 37-39; 201: 19-29
2. *Etica y Deontología*
3. *Generalidades*
4. *Fuentes de normas*  
837: 137-191
  - 4.1 *Costumbre, convención; sociologismo*  
758 passim; 601: 73-80; 22: 211-239; 144: 175-183; 314: 210-247;  
817: 109-129; 213: 33-43
  - 4.2 *Leyes divinas*  
758: 45-57
  - 4.3 *Leyes naturales, conciencia*  
758: 83-115; 758: 59-81

### Tema 69

#### DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA

##### NORMAS DEONTOLOGICAS Y NORMAS LEGALES

1. *Esencia del derecho*  
560: 11-63
  - 1.1 *Derecho e ideología*  
845: 235-237; 845: 15-42
2. *Legalidad y deontología*  
671 passim; 367: 139-157; 310 passim; 721: 58-73



3. *Leyes e instituciones; la Constitución*  
176: 39-149; 553: 167-235
4. *Etica y derecho*  
636: 463-475; 196: 101-115; 757: 53-59
5. *Controles externos sobre la profesión informativa*  
798 passim; 855
  - 5.1 Controles sobre la prensa y los medios de masas en general; límites legales del periodismo; regulación de los medios de masas  
989: 217-238; 900: 360-372; 640: 195-211; 777: 53-129; 991: 98-111; 972: 169-186; 974: 105-124; 579: 76-79; 780: 145-162
  - 5.2 Control económico; publicidad  
635: 231-241; 24: 73-91; 875: 94-113
  - 5.3 Control gubernamental; libertad y restricciones  
191: 81-87; 191: 107-113; 666: 266-279; 537: 171-187; 7: 122-128; 639: 192-194; 507: 170-189; 874: 114-129; 310: 137-177; 336: 19-40; 148: 312-331; 285: 158-179

## **Tema 70**

### **DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA**

#### **PROFESION Y VOCACION**

1. *Vocación*  
393: 9-24; 315: 11-19; 172: 186-242; 172: 277-295; 545: 592-621
2. *Vocación y carácter*  
679 passim; 95: 101-115; 590 passim; 319: 322-345
3. *Profesiones docentes y profesión periodística*  
721 passim; 184: 25-37; 482: 255-265; 432: 225-235; 953: 145-163; 211: 62-80; 165: 79-87; 647: 13-21; 211: 18-20; 450: 227-245
4. *Profesión y trabajo*  
940: 219-241; 721 passim; 716: 1-20; 535: 1-8; 535: 27-32; 965: 81-107; 910: 32
5. *Etica y trabajo*  
382: 155-213; 883: 273-307

**Tema 71****DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA****PROFESION, PROFESIONALIZACION Y ORGANIZACIONES PROFESIONALES**

1. *Profesionalización*  
38: 230-258
  - 1.1 Enseñanza; clase magistral (¿justificación?)  
382: 11-63; 55: 15-19; 24: 53-70; 24: 93-112
  - 1.2 Formación y profesionalización  
95: 503-510; 566; 914 passim; 764 passim; 211: 21-87; 82: 95-109
  - 1.3 Niveles profesionales  
984
  - 1.4 Universidad; rebelión estudiantil  
471: 103-134; 819 passim
2. *Organizaciones*
  - 2.1 Organizaciones; institucionalización  
729: 177-198; 38: 258-261; 38: 66-80; 315: 2-37; 764 passim
  - 2.2 Sociedades de Prensa (no lucrativas)  
153: 137-145
  - 2.3 Sociedades de redactores  
153: 123-126
  - 2.4 Estructura de la empresa periodística  
688: 13-35

**Tema 72****DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA****CODIGOS PROFESIONALES: CONCEPTO Y TIPO**

1. *¿Ética profesional sin códigos?; autonomía*  
478: 81-134; 450: 27-45; 845: 43-124; 504: 118-122; 504: 148-171
2. *Concepto de Código Profesional*  
352 passim; 876: 639-663; 671: 151-189; 184: 211-239; 450: 5-25;  
234: 181-187
3. *Declaraciones de Principios*.....  
430: 577-582
4. *Códigos generales*  
430: 577-582

5. *Códigos localizados*  
184: 183-209
6. *Códigos particulares*
  - 6.1 De Prensa  
116: 94-114; 213: 77-90
  - 6.2 De Televisión  
872: 181-197; 374: 398-403

### **Tema 73**

## **DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA**

### **CODIGOS PROFESIONALES Y AUTOCONTROL**

1. *Autocontrol*  
410: 17-27; 988: 27-32; 507: 217-239; 543: 69-78; 410: 108-135; 952: 119-143
  - 1.1 Frente a monopolios
  - 1.2 Frente al monopolio publicitario
  - 1.3 Frente al poder económico  
624: 109-133
2. *Control de fuentes y control gubernativo*
3. *Consejos de Prensa*  
305: 161-173; 778: 115-146; 195: 527-539; 116: 115-123; 116: 125-135
4. *Estatutos de Prensa*  
195: 355-389; 195: 541-550; 225; 403: 35-43; 211: 40-61; 764: 1-9; 403: 71-77
5. *Estatuto cinematográfico*  
162: 303-333

### **Tema 74**

## **DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA**

### **DEBERES DEL INFORMADOR**

1. *El Deber: Deberes de derecho; ¿se debe hacer siempre lo mejor?*  
487: 46-49
2. *Deberes de ética profesional y reglas*  
450: 1-4; 695: 269-283; 535: 17-26; 716: 21-31; 695: 196-203; 256: 40-58

3. *Conflicto de deberes y principio del doble efecto*  
618
4. *Utilitarismo, deontologismo y obligatoriedad moral*  
811: 167-194; 883: 85-123
5. *Deberes y derechos del informador*  
507: 58-77
  - 5.1 Deber de concienciación  
945: 136-174
  - 5.2 Deber de lealtad  
535: 51-60
  - 5.3 Deber de ser libre  
535: 61-69

#### Tema 75

### DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA

#### DEBERES DEL INFORMADOR SEGUN LOS ROLES

1. *Entrevistador*  
829: 289; 79 *passim*; 315: 187-198; 580: 323-339; 525: 97-111; 252
2. *Gatekeeper*  
90: 122-124; 223: 160-172; 123: 160-172
3. *Director, manager, productor*  
996; 623: 15-55; 901: 273-291; 901: 135-153; 157: 176-182
4. *Programador*  
197: 53-64; 125; 581
5. *Amanuense*
6. *Actor radiofónico*  
335: 105-120
7. *Reportero*  
212 *passim*; 580: 3-173; 602: 88-109; 157: 49-57
8. *Guionista*  
335: 49-55
9. *Locutor*  
335: 81-103; 335: 9-35; 30: 193-197
10. *Columnista*

11. *Editorialista; política editorial y responsabilidades*  
184: 121-132; 157: 192-197; 157: 183-191
12. *Retransmisor*  
900: 313-324

### **Tema 76**

## **DEONTOLOGIA Y PROFESION INFORMATIVA**

### **DEBERES DEL INFORMADOR SEGUN LAS SECCIONES Y GENEROS INFORMATIVOS**

1. *Géneros informativos*  
730: 101-108; 604: 69-154
2. *Sección de críticas; crítica de arte*  
335: 56-68; 393: 559-579
3. *Sección de deportes*  
580: 541-555; 335: 69-79
4. *Sección de sociedad*  
580: 281-300
5. *Sección de política*  
580: 303-319; 580: 433-454; 393: 457-477
6. *Sección de sucesos*  
580: 371-404; 580: 489-497
7. *Sección de Tribunales*  
580: 407-421
8. *Sección de economía*  
580: 501-519
9. *Sección de ciencia*  
730 passim; 343: 69-91; 580: 523-533
10. *Periodismo*
11. *Prensa semanal*  
223: 221-238
12. *Lenguaje y contenido informativo*
  - 12.1 *Lenguaje periodístico*  
604: 11-63; 602: 254-271; 602: 23-39
  - 12.2 *Materia del periódico; contenido*  
580: 193-433; 379: 58-93; 351: 157-205

**Tema 77**  
**ETICA Y PERIODISMO**

ASPECTOS MORALES DEL PERIODISMO

1. *Periodismo y Etica*  
967: 279-297; 697: 118-142; 158: 320-333
  - 1.1 Principios éticos  
639 passim
  - 1.2 Problemas éticos  
639: 133-135; 639: 206-208
2. *Periodismo antiético*  
639: 229-302; 639: 149-154; 639: 143-149
  - 2.1 Acusaciones contra el periodismo  
450: 185-207; 184: 64-73; 184: 39-63; 184: 74-97; 184: 156-167;  
883 passim; 116 passim; 450: 47-79; 164: 27-49
  - 2.2 Causas de la crisis de periódicos  
494 passim; 49: 183-205; 223: 205-220
3. *Periodismo como servicio*  
475: 76-84; 716: 32-47; 580: 23-45; 379: 9-15
4. *Responsabilidad social (Prensa y público)*  
953: 131-150; 896: 3-6; 876: 185-197; 866: 218-261; 351: 13-46; 828:  
336-355
5. *Prensa y desarrollo*  
866: 275-286; 828: 66-104
6. *Prensa e Iglesia*

**Tema 78**  
**ETICA Y PERIODISMO**

PERIODISMO E IDEAL PROFESIONAL

1. *Ideales profesionales del periodista*  
716: 55-65; 211: 1-4; 884: 83-84; 647: 22-31; 640: 242-256
  - 1.1 El ideal «apoloníseo»  
762: 57-82
  - 1.2 El profesional (periodista)  
884: 37-43; 162: 335-360; 532: 112-121; 807: 201-211; 87: 15-61;  
175: 12-54; 447: 49-55; 379: 16-35; 639: 117-131; 639: 208-212;  
430: 3-44

- 1.3 El especialista  
382: 213-313; 430: 498-518
2. *El periódico ideal*
  - 2.1 Cualidades; el buen diario  
790: 247-265; 165: 59-77; 580: 189-203; 876: 123-126; 580: 211-228; 580: 49-69
  - 2.2 Funciones  
431: 499-511; 531: 84-97; 431: 462-497; 876: 466-479
    - 2.2.1 Función crítica  
89: 1-91; 447: 41-49; 600: 149-178
  - 2.3 El nuevo periodismo  
940: 129-210; 900: 236-243; 747 passim; 639: 89-107
    - 2.3.1 Periodismo underground  
739: 1-51; 164: 11-26; 790: 466-473; 790: 266-275
    - 2.3.2 Evolución del periodismo  
967 passim

## **Tema 79**

### **ÉTICA Y PERIODISMO**

#### **PERIODISMO: PODER E INFLUJO**

1. *Cuarto poder*  
447: 11-28; 151: 500-506
  - 1.1 Cuarto poder y gobierno  
430: 368-387
  - 2.1 Cuarto poder y política  
896: 18-20; 432: 73-86; 432: 93-99; 551: 22-33
2. *Prensa y publicidad*
  - 2.1 Prensa y economía  
476 passim; 315: 341-349
  - 2.2 Prensa y propiedad
3. *Prensa y eficacia*  
432: 105-111
4. *Prensa y psicología*  
884
5. *Prensa y libro*  
136: 119-129; 551: 60-65; 139: 155-189

- 6. *Prensa y libertad*  
351: 207-257; 431: 272-280
- 7. *Circulación y distribución*

**Tema 80**  
**ETICA Y COMUNICACION AUDIOVISUAL**

- 1. *Hacia una civilización de la imagen*  
904: 170-203; 718: 47-54; 450: 159-185; 511: 147-153
  - 1.1 Imagen y educación  
793 passim
  - 1.2 Imagen y cultura hoy  
348; 396: 93-113; 511 passim; 394: 127-133
  - 1.3 Influjo de los medios audiovisuales  
718: 35-46; 167 passim
- 2. *La comunicación audiovisual*  
626: 40-75; 928: 251-277; 243: 69-193; 352: 244; 547: 3-32; 674: 99-107
  - 2.1 Imagen y liberación  
17: 5-21
  - 2.2 Experiencia icónica e impresión de realidad  
44: 79-91; 295: 61-75; 698: 298-303; 68: 56-73
  - 2.3 Códigos visuales  
715 passim; 8; 395: 150-155; 718: 55-69; 240: 160-208; 263: 217-263
  - 2.4 Imagen y participación  
718: 169-180
    - 2.5 Comunicación audiovisual y técnica  
870: 44-53; 167: 111-165
- 3. *La comunicación teatral*  
947: 519-531; 480 passim; 483: 95-119; 484: 15-47
  - 3.1 Teatro y comunicación de masas; encuentros dramáticos, debates, desafíos  
173: 241-257; 173: 270-283
  - 3.2 Comunicación de masas como drama  
173: 159-173
  - 3.3 Dramaturgia política  
173: 258-269; 173: 285-301



**Tema 81**  
**ÉTICA Y CINE**

**ASPECTOS FILOSOFICOS**

1. *Filosofía del medio*  
45: 209-222; 786: 279-291; 248: 165-169; 45: 125-137; 45: 223-237
  - 1.1 Teoría general  
250 passim; 922; 633: 71-74; 313: 147-155; 353: 11-35; 574: 10-19;  
633: 63-69; 647: 61-83; 312: 78-87; 644: 108-135
  - 1.2 Cine y realidad  
541: 13-67; 5: 77-93; 257: 71-83
  - 1.3 Cine, juego y sociedad  
562: 23-150; 603 passim
2. *Lenguaje cinematográfico*
  - 2.1 Semiótica fílmica  
243: 68-95; 571: 17-35; 571: 135-147
  - 2.2 Cine e información  
582: 195-289; 606: 265-299
  - 2.3 Lenguaje cinematográfico de masas  
52: 434-471; 51: 263-288
  - 2.4 Cine y televisión  
86: 19-26; 116: 85; 159; 1001: 107-129; 582: 483-503
  - 2.5 Película-clave  
574: 113-166
  - 2.6 Cine y arte  
940: 16-41; 781 passim; 243: 235-244; 432: 264-285; 432: 251-263;  
257: 21-69
  - 2.7 Cine y técnica  
257: 85-93

**Tema 82**  
**ÉTICA Y CINE**

**ASPECTOS IDEOLOGICOS**

1. *Cine e ideología*  
743
2. *Cine e ideología política*  
865 passim; 159; 1001 passim; 989 passim; 557: 25-50
3. *Cine y contenido*  
277; 361 passim; 391 passim; 993: 140-165; 970: 98-126

4. *Cine y propaganda*  
582: 317-420
5. *Cine soviético*  
763: 827 passim; 463: 289-314
6. *Cine y materialismo; cine y dinero*  
296: 50-71; 44: 35-49
7. *Cine y compromiso*  
44: 50-62; 876: 205-225; 313: 83-145; 44: 63-78

**Tema 83**  
**ETICA Y CINE**

ASPECTOS MORALES, FUNCIONES Y CORRELACIONES

1. *Funciones: función social*  
947: 193-201; 947: 531-553; 947: 373-391; 470: 47-276; 743 passim;  
603: 154-161
2. *Cine y moral: deontología*  
470: 279-341; 407: 140-169; 45: 183-207; 743: 158-229; 949: 143-170;  
872: 77-101
3. *Cine y religión*  
5 passim; 949: 173-180; 44: 7-13; 44: 92-105; 45: 37-57; 603: 132-140;  
45: 75-93; 45: 277-288
4. *Cine y crítica*  
748: 15-53; 748: 123-135; 718: 248-260; 525: 189-203
5. *Cine y familia*  
949: 97-131; 577 passim
6. *Cine y censura*  
1001: 218-245; 44: 106-127; 198: 65-88
7. *Cine y pedagogía; fuente de cultura*  
394: 441-503; 718: 261-275
8. *Cine y doctrina de la Iglesia*  
198: 127-158
9. *Código cinematográfico; código del realizador*  
934: 127-135; 934: 173-183

**Tema 84**  
**ÉTICA Y CINE**

**ASPECTOS MORALES, INFLUJO Y EFECTOS**

1. *Influjo de la imagen cinematográfica*  
544 passim; 633: 51-60; 633: 27-35
2. *Cine, quinto poder*  
86: 55-61; 419; 904: 203-217; 198 passim
3. *Universalidad de su poder e influjo*  
603: 85-103; 45 passim; 435: 35-38; 435: 12-15; 313: 17-82; 44: 127-141; 574: 167-183; 574: 21-112
4. *Efectos sobre el espectador y la persona*  
934: 21-27; 645: 11-124; 934 passim; 603: 61-67; 647: 96-113; 603: 162-165

**Tema 85**  
**ÉTICA Y RADIO**

**TEORÍA DEL MEDIO**

1. *Naturaleza; filosofía y perspectivas*  
335: 209-238; 647: 115-153; 335: 175-183; 625: 13-21; 627: 363-375;
2. *¿Medio olvidado?*  
375; 293: 130-136
3. *Análisis del mensaje*  
669: 237-265; 669: 267-287; 606: 181-217
4. *Retórica, propaganda y radioyentes*  
669: 289-303
5. *La radio como reflejo del entorno*  
294: 50-59
6. *Radio y publicidad*  
335: 190-206; 30: 436-441
7. *Radio y futuro*  
30: 447-452

**Tema 86**  
**ETICA Y RADIO**

VALORACION MORAL

1. *Radio y ética*  
407: 119-139
2. *Radio y política*  
197: 3-19; 197: 141-152
  - 2.1 Radio soviética  
463: 254-273
  - 2.2 Sistemas  
197: 181-207
  - 2.3 Autocontrol  
197: 153-180
3. *Funciones de la radio*  
223: 239-249
  - 3.1 Poder educativo  
29: 53-71; 197: 227-245; 129 passim; 30: 39-57
  - 3.2 Eficacia
4. *Deontología radiofónica*  
625: 87-99
  - 4.1 Deberes  
29: 87-139; 29: 36-53; 30: 58-66; 30: 32-38
  - 4.2 Doctrina de la Iglesia  
859: 202-225; 859: 120-141

**Tema 87**  
**ETICA Y RADIO**

LA RADIOTELEVISION: VALORACION MORAL

1. *Importancia de la Radiotelevisión; emisoras*  
905: 794-851; 969: 257-269; 551: 34-42; 551: 75-91; 793: 107-130; 493: 33-194; 61: 130-136
2. *Aspectos sociológico-morales*
  - 2.1 Efectos varios; educación; eficacia  
153: 119-144; 153: 33-53; 232: 30-40
  - 2.2 Ocio y deporte televisivo  
153: 108-118; 51: 243-249

- 2.3 Participación  
61: 194-199; 292: 124-137
- 2.4 Libertad  
639: 264-273
- 2.5 Moral
- 2.6 Criticismo  
82: 260-349; 883: 267-295; 780: 295-315; 157 *passim*
- 2.7 Nuevos medios; cadenas RTV  
367: 103-120; 197: 77-95; 315: 324-331
- 2.8 Control legal y político  
7: 131-161; 197: 67-75
- 3. *Monopolio en RTV*  
693: 75-89; 952: 165-211
- 4. *Radiotelevisión y Deontología*  
493: 194-212; 872: 174-180; 197: 247-256; 335: 37-46

**Tema 88**  
**ÉTICA Y TELEVISIÓN**

**TELEVISIÓN: TEORÍA DEL MEDIO**

- 1. *Teoría general; Televisión como Medio de Masas*  
342: 25-30; 418: 81-93; 930: 31-34; 668: 11-16; 647: 155-167; 137: 45-52; 200: 368-372; 334: 99-107; 259: 335-379; 843: 31-45; 177: 57-60; 939: 194-219; 787: 63-67; 197: 43-52; 101: 290-331
- 2. *Filosofía del medio*  
295: 48-60
- 3. *Televisión y Prensa*  
237: 54-65; 635: 120-131; 896: 60-64; 606: 2-9-263; 635: 157-168;
- 4. *Televisión y cine*  
582: 3-503; 435: 24-26; 403: 53-60

**Tema 89**  
**ÉTICA Y TELEVISIÓN**

**TELEVISIÓN Y VERDAD: VALOR INFORMATIVO**

- 1. *Objetividad y comentaristas; información*  
896: 56-59; 902 *passim*; 896: 11-17; 633: 79-84; 374: 57-393; 951: 9-13; 970: 227-231; 980: 82-94; 432: 190-210; 600: 186-227; 31: 235-281; 358: 20-28

2. *Lenguaje informativo; tratamiento lingüístico*  
106 passim; 385: 103-193; 51: 289-298; 667: 109-119; 915: 153-167
3. *Televisión y manipulación*  
414 passim; 48: 136-193
4. *Verosimilitud*  
632: 44-64
5. *Base ideológica (Adorno)*  
403: 335-342; 3: 63-89; 403: 85-96
6. *Televisión y arte*  
403: 219-223; 432: 308-314
7. *Semiótica televisiva*  
243: 29-49

### Tema 90

## ETICA Y TELEVISION

### TELEVISION Y VERDAD. ANALISIS DE CONTENIDOS

1. *Una filosofía de la programación televisiva*  
91 passim
2. *Tipos de contenido*  
333: 31-39; 333: 13-29; 859: 7-16; 635: 169-180; 633: 87-89; 334: 13-53
  - 2.1 *Televisión infantil; y publicidad*  
672 passim; 634: 56-83; 151: 557-563; 152: 24-31; 189: 21-29
  - 2.2 *Televisión y mujer*  
787: 71-73; 369: 18-22
  - 2.3 *Televisión y familia; relación familiar; juventud*  
453: 180-195; 787: 75-81; 635: 145-168; 628: 61-72; 500: 192-215;  
403: 61-70; 333: 123-156

### Tema 91

## ETICA Y TELEVISION

### TELEVISION Y VERDAD. CONDICIONAMIENTOS ECONOMICO-POLITICOS

1. *Televisión y economía*
  - 1.1 *Publicidad; dinero; poder*  
161: 119-147; 639: 296-299; 548: 195-229; 896: 41-45; 831: 485-494; 902: 11-14; 902: 163-181

- 1.2 Televisión comercial  
582: 420-438
- 1.3 Televisión y financiación; acceso  
939: 19-174; 61: 160-193; 970: 82-91
- 1.4 Las cadenas de televisión  
939: 174-194; 901: 201-215; 970: 232-235
- 2. *Televisión y poderes políticos*
  - 2.1 Televisión y regulación; y libertad  
859: 69-88
  - 2.2 Televisión y gobierno democrático  
403: 123-129; 385: 9-93; 385: 193-267; 178: 59-71; 403: 163-179
  - 2.3 Televisión y censura
  - 2.4 Televisión y líderes  
403: 135-139

## **Tema 92** **ÉTICA Y TELEVISIÓN**

### TELEVISIÓN Y MORAL. EFICACIA Y FUNCIONES

- 1. *Poder educativo y política cultural*  
348: 60-85; 333: passim; 31 passim; 6: 89-119; 6: 120-127; 52: 138-181
- 2. *Influjo social; sociedad y sociología*  
896: 54-56; 101: 436-481; 101: 219-244; 975: 161-201; 635: 271; 635: 257-269; 635: 200-203; 859: 143-151; 333: 41-74; 635: 169-179; 295: 168-193; 635: 131-144; 365: 6-57
- 3. *Funciones*  
582: 462-481
- 4. *Televisión y futuro social*  
939: 11-129
  - 4.1 Progreso
  - 4.2 Ocio  
31: 282-325
- 5. *Otros aspectos morales*  
647: 168-211; 178: 73-81; 333: 183-215
  - 5.1 Renovación humana  
613: 355-362
  - 5.2 Principio del buen gusto
  - 5.3 Periodismo televisivo  
639: 195-199; 639: 236-250

- 5.4 Aspectos psicosociales
- 5.5 Televisión como servicio público
- 5.6 Televisión y derechos humanos  
980: 95-105
- 6. *Televisión y doctrina de la Iglesia*  
333: 219-291

#### Tema 94

### ETICA Y ECONOMIA

#### ECONOMIA Y PUBLICIDAD

- 1. *Esencia de la economía*  
652: 95-143
  - 1.1 Definición de economía  
636: 249-276
  - 1.2 Empresa y sociedad
  - 1.3 Empresa farmacéutica  
172: 161-180
  - 1.4 Economía y bien común  
652: 437-444
  - 1.5 Concentración, monopolio  
283: 251-261
- 2. *Publicidad y economía*  
808: 223-349; 303: 45-57; 536: 89-103; 327: 5-10
  - 2.1 Publicidad y sociedad de consumo  
665: 127-178
  - 2.2 Economía y capitalismo (agencias pub.)  
196: 87-98; 197: 98-139; 640: 79-88; 804: 127-129
  - 2.3 Aspectos económicos-sociales  
536: 120-132
  - 2.4 Arte de vender  
315: 350-369; 639: 274-280; 454: 47-57
  - 2.5 Publicidad y sociedad industrial  
172: 3-19



**Tema 95**  
**ÉTICA Y ECONOMÍA**

**ÉTICA Y CAPITALISMO**

1. *Competencia*  
502: 9-115
2. *Empresa capitalista (responsabilidad social: ética económico-social)*  
811: 195-220; 971: 81-101; 971: 17-39; 746: 358-385; 769: 151-201; 424;  
721: 485-563; 399: 37-105; 624 passim; 850 passim
3. *El ideal del «bienestar»*  
758: 191-239
4. *Casuística: quiebras, Bolsa, octavo mandamiento*  
424  
4.1 Contratos  
4.2 Propiedad
5. *Libertad y economía*  
652: 147-173; 652: 209-283
6. *Libertad y trabajo*  
652: 175-207
7. *Indeterminismo económico*  
652: 17-55
8. *Ética mercantil; el mercado; ética y capitalismo*  
852: 335-651; 193: 471-485

**Tema 96**  
**ÉTICA Y ECONOMÍA**

**ÉTICA Y CONSUMISMO. CONSUMISMO, PROGRESO  
Y ECOLOGÍA**

1. *Consumismo y ecología*
  - 1.1 Fisiocracia: comunicación y economía  
636: 491-507; 671: 191-201; 412: 249-264; 786: 17-27
  - 1.2 El mundo campesino
  - 1.3 Crítica del desarrollismo  
330: 9-41; 890: 95-105
  - 1.4 Naturaleza y ecología (economía y Medios)  
53: 140-189

- 1.5 Comunicación de Masas  
664: 232-253
- 2. *Progreso humanizado*
  - 1.2 Principios (Morente)  
339: 89-163
    - 2.1.1 Perspectivas  
955: 5-38
    - 2.1.2 Humanitarismo  
955: 39-53
  - 2.2 Progreso puramente tecnológico; degradación del hombre  
955: 54-83
  - 2.3 Progreso y revolución  
955: 217-261
  - 2.4 Materialismo
    - 2.4.1 Materialismo y desequilibrios psicológicos
    - 2.4.2 Materialismo y religión, hoy
- 3. *Consumismo y hombre unidimensional*
  - 3.1 El hombre en la sociedad consumista  
592: 276-286; 321: 171-175; 441: 121-136; 441: 73-83; 468: 224-279; 498: 1-12; 339: 13-97
  - 3.2 El hombre unidimensional  
848: 191-202; 142: 27-34

### Tema 97

## ETICA Y ECONOMIA

### ETICA Y CONSUMISMO. CONSUMISMO, TECNOLOGIA Y PROBLEMAS ACTUALES

- 1. *Consumismo y era tecnológica*
  - 1.1 Técnica y humanismo  
486: 122-147
  - 1.2 Consumismo y sociedad industrial  
66; 243: 127-229; 303: 65-73; 472: 66-81; 472: 176-197; 441: 17-29
  - 1.3 Tecocracia; hiperorganización  
990: 91-111; 538: 89-139; 441: 31-39; 898: 101-115; 990: 57-89; 975: 77-104; 454: 18-29
  - 1.4 Tecnología y utopías  
641: 171-203; 918: 43-61; 412: 143-156; 408: 162-197; 260: 95-155; 260: 9-34

- 1.5 Patología de la vida urbana; anomia; consumo de medicamentos  
741: passim; 51: 34-45; 989: 217-238; 172: 135-159; 172: 107-134
2. *Diagnóstico de nuestro tiempo*
  - 2.1 Pscoanálisis del siglo XX  
320 passim
    - 2.1.1 Siglo del miedo  
613: 300-305
    - 2.1.2 Sobrepoblación  
454: 1-13
    - 2.1.3 Problemas y soluciones  
454: 108-119
    - 2.1.4 Nuestros Medios de Masas
  - 2.2 Irracionalismo  
746: 408-437
    - 2.2.1 Escapismos  
955: 90-116
    - 2.2.2 Conservadurismo

**Tema 98**  
**ÉTICA Y PUBLICIDAD**

**FILOSOFÍA DEL MEDIO**

1. *Naturaleza de la publicidad*  
235; 130-157; 235: 3-35; 555: 152-157
2. *Filosofía de la publicidad*  
235: 59-91
3. *Teoría y definición*  
200: 501-527; 982: 32-57; 982: 238-253; 982: 8-21; 108: 168-197; 960: 64-82; 808: 51-218; 839: 174-197; 789: 357-376; 705: 191-205; 751: 20-51
4. *Ideología de base*  
682: 14-158
5. *Puntos críticos*
6. *Crítica y valoración; examen*  
726: 61-109; 196 passim; 195: 19-37; 524: 68-84; 536: 7-18; 524: 68-84; 536: 147-163; 809: 63-74; 337: 105-109; 184: 199-247

**Tema 99**  
**ETICA Y PUBLICIDAD**

DEONTOLOGIA PUBLICITARIA

1. *Deontología publicitaria*  
808: 485-490; 536: 174-183; 172: 1319-1345
  - 1.1 Principio del buen gusto  
157: 139-158
  - 1.2 Principios éticos  
683: 145-152; 184: 3-23; 172: 243-275; 647: 49-59; 172: 9-21; 26:  
113-123; 185: 26-30
  - 1.3 Responsabilidad (limitación); anunciantes (responsabilidad)  
149: 229-249; 933: 27-45; 948: 39-41; 775: 5-24
  - 1.4 Problemas éticos
  - 1.5 Publicidades prohibidas
2. *Publicidad y autocontrol*
  - 2.1 Sistemas de autocontrol; Hetero- y autocontrol  
687: 327-346
  - 2.2 Código de lealtad
  - 2.3 Estatuto de la publicidad  
219: 91-97
  - 2.4 Código de bebidas alcohólicas
  - 2.5 Códigos publicitarios  
263: 293-479
3. *Publicidad y profesión*
  - 3.1 Universidad
  - 3.2 Agencias
  - 3.3 Publicidad como Institución  
149: 47-90; 687: 347-371; 687: 206-243

**Tema 100**  
**ETICA Y PUBLICIDAD**

VALORACION MORAL

1. *Importancia social, poder de influjo*  
887: 75-80; 933: 176-202; 682: 189-201; 942: 173-183
2. *Idolatría*  
682: 159-171
3. *Aspectos legales; legalidad; publicidad y Derecho*  
933: 204-253; 235: 597-634

4. *Impacto sociocultural; educación; cultura*  
536: 164-173; 536: 229-236; 954: 27-28
5. *Eficacia*
6. *Publicidad y concurrencia*  
536: 133-143
7. *Polución psicológica*
8. *Publicidad e interés público*  
103: 5-22
9. *Política*
10. *Funciones*
11. *Valoración moral*  
808: 355-490; 767

**Tema 101**  
**ÉTICA Y PUBLICIDAD**

**CONSUMIDORISMO**

1. *Concepto de consumidor*  
149: 91-123; 149: 125-142; 157: 198-207; 166: 24-31
2. *Consumidorismo y Estado*  
762; passim; 808: 254-259; 808: 474-483; 536: 210-221; 536: 223-228;  
380; 588
3. *Consumidorismo: Nuevas tendencias proteccionistas*  
708: 44-94; 303: 73-234; 624: 169-191; 235: 37-58
4. *Haciendo un consumidor*  
639: 280-296; 25: 193-213
5. *Confianza del consumidor*
6. *Protección, protagonismo, importancia del consumidor*  
268: 48-88; 745: 87-90
7. *OMBUDSMAN*

**Tema 102**  
**ÉTICA Y PUBLICIDAD**

**RECURSOS PUBLICITARIOS. LINGÜÍSTICOS**

1. *Estereotipos, carteles, slogans*  
726: 49-59; 768: 208-241; 721: 473-485; 307: 123-137; 236: 6-10; 274;  
147: 43-44; 355: 49-54

2. *Publicidad y lenguaje*  
134: 5-9; 134: 10-33; 134: 34-55
3. *Semántica, mensaje, campo simbólico*  
243: 117-135; 172: 514-532
4. *Publicidad artística*  
384: 6-9
5. *Simbolismo de la publicidad televisiva*  
378: 16-18
6. *Publicidad y retórica*
7. *Publicidad y comunicación*  
869: 85-116; 194: 45-52  
536: 19-35; 160: 98-114; 812: 51-73

### **Tema 103** **ETICA Y PUBLICIDAD**

#### RECURSOS PUBLICITARIOS. PSICOLOGICOS

1. *Publicidad y psicología*  
671: 63-75; 961: 33-41; 876: 425-433; 884: 45-54; 677: 15-51; 397 pas-  
sim; 172: 299-317; 677: 53-109; 943: 69-70
2. *Motivación sexual; familia y sexo*  
172: 553-575; 710: 96-110; 172: 533-551; 235: 95-121; 161; 93: 71-76
3. *Factores de «appeal»*  
536: 104-111; 812: 359-394
4. *Estrategias publicitarias*  
223: 359-394; 536: 36-51
5. *Publicidad y motivación*  
172: 903-923; 172: 357-379
6. *Publicidad y manipulación publicitaria*  
149: 173-227; 613: 363-370; 687: 244-281; 687: 282-325

### **Tema 104** **ETICA Y PUBLICIDAD**

#### HISTORIA Y TIPOS DE PUBLICIDAD

1. *La publicidad y su historia*
  - 1.1 Futuro; el derroche publicitario  
536: 237-241; 381: 26-29; 985: 262-600; 253: 160-179; 835: 15-27;  
253: 17-73

- 1.2 Precedentes de la persuasión de masas: la propaganda nazi
- 1.3 Crisis
- 1.4 Nuevas tendencias
- 2. *Tipos de publicidad*
  - 2.1 Por su alcance (internacional...)  
304 passim
  - 2.2 Comparativa  
648: 57-58
  - 2.3 Publicidad ideológica  
812: 107-141
  - 2.4 P. subliminal  
825: 29-44
  - 2.5 P. informativa o racional
  - 2.6 P. exterior  
141: 3-22
  - 2.7 P. competitiva, reglas  
172: 879-902; 438: 155-186
  - 2.8 Según el tipo de público (receptor)
    - 2.8.1 Infantil  
933: 211-223
    - 2.8.2 Juvenil  
906: 3-4
  - 2.9 P. farmacéutica; empresa farmacéutica  
172: 21-105

## **Tema 105**

### **ÉTICA Y PUBLICIDAD**

#### **VERDAD Y VERACIDAD**

- 1. *Verdad y veracidad*
  - 1.1 Ética y verdad; plagio; verdad  
812: 75-105
  - 1.2 Veracidad; redaccional (publicidad)  
753
  - 1.3 Verdad y productor; envase  
536: 118-119
  - 1.4 Credibilidad
  - 1.5 Autenticidad
  - 1.6 Publicidad engañosa
  - 1.7 Verdad publicitaria  
888: 23-28; 341: 61-68

2. *Publicidad y persona*
  - 2.1 Publicidad y libertad
  - 2.2 Publicidad y humanismo
3. *Publicidad y los otros Medios de Masas*
  - 3-1 Publicidad y Prensa
  - 3.2 Publicidad e información
  - 3.3 Límites en la RTV  
91: 11-33

**Tema 106**  
**ETICA Y PUBLICIDAD**

**RELACIONES PUBLICAS**

1. *Concepto*  
299 passim; 74: 105-113; 961: 19-31; 200: 461-500; 475: 200-236;
2. *Función de las R. P.*  
942: 194-195
3. *Relaciones públicas y Medios de Masas; e información*  
876: 451-457; 188: 184-207
4. *Cualidades subjetivas*  
188: 571-585
5. *Relaciones públicas y publicidad; ecología*  
188: 73-89; 305: 283-285
6. *Relaciones públicas internacionales*  
305: 316-327
7. *Códigos deontológicos*  
649: 57-58

**REPERTORIO BIBLIOGRAFICO**

1. ADLER, Alfred  
*El sentido de la vida*. Madrid, Espasa-Calpe, S. A., 1975.
2. ADLER, Richard  
*The electronic Box Office*. Humanities and Arts on the cable.  
U. S. A., Praeger Publishers, Inc., 1974.



3. ADORNO, Theodor W.  
*Intervenciones: nueve modelos de crítica*. Caracas, Monte Avila Editores C. A., 1969.
4. ADORNO, Theodor W.  
*Televisión y cultura de masas*. Trad. Enrique L. Revol, Argentina, Eudecor, 1966.
5. AGEL, Henry  
*El cine y lo sagrado*. Madrid, Rialp, S. A., 1960.
6. AGUILERA, Joaquín  
*Dimensión y sistema de la televisión educativa*. Madrid, Editora Nacional, 1975.
7. AHMAVAARA, Yrjo, y ANTERO, Jyränki  
*Informational Mass Communication*. Helsinki, Tammi Publishers, 1975.
8. AICHER, Ote  
*Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
9. AIKEN, H., y otros  
*Perspectivas de la revolución de los computadores*, Madrid, Alianza, 1975.
10. ALBERT, Hans  
*Ética y metaética. El dilema de la filosofía moral analítica*. Introducción de Jesús Rodríguez Marín. Manuel Jiménez Redondo. Valencia, Teorema, 1978.
11. ALBERTOS, José Luis  
*La información y el control de cambio social*. «Nuestro Tiempo», núm. 213, marzo 1972.
12. ALBERTSON, Lesley A.  
*Telecommunications as travel substitute: some psychological, organizational and social aspects*. «Journal of Communications», número 2, spring 1977.
13. ALBOU, Paul  
*Esbozo de una psicología de la publicidad*. «Publitema», número 47, 1978.
14. ALEJANDRO, José M.  
*Gnoseología de la certeza*. Madrid, Gredos, S. A., 1965.

15. ALINSKY, Saul D.  
*Rules for radicals*. U. S. A., Vintage Books, 1971.
16. ALMERAS, Jacques  
*Pratique de la communication. Methodes et exercices*. París, Larousse, 1978.
17. ALONSO ERAUSQUIN, M.  
*¿Imagen y educación liberadora?* «Cuadernos de Documentación», núm. 18, 1975.
18. ANALES de Moral Social y Económica  
*La sociedad del año 200*. Madrid, Centro de Estudios Sociales del Valle de los Caídos, 1971.
19. ANDERSON, Chuck  
*The electric journalist. An introduction to video*. U. S. A., Praeger Publishers, 1973.
20. ANDERSON, David A.  
*The selective impact of libel laws*. «Journalism Review», núm. 14, 1975.
21. ANDERSON, Kenneth  
*Persuasion theory and practice*. Boston, Allyn and Bacon Inc., 2.º ed., 1978.
22. ANTONS, Klaus  
*Práctica de la dinámica de grupos. Ejercicios y técnicas*. Barcelona, Herder, 1978.
23. ANTONOFF, Román  
*Kommunikation und Menschliches Uberleben*. «Format», núm. 57, septiembre 1975.
24. APARICIO, Rosa, y TORNOS, Andrés  
*Dimensiones éticas de la enseñanza. Un estudio desde la sociología de la cultura*. Madrid, Maroya, 1978.
25. ARAGO, J. M.  
*Los protagonistas del mundo del consumo*. «Razón y Fe», números 920-921, 1974.
26. ARCE, Roberto  
*Criterios de ética profesional y publicidad política*. «Publitecnia», núms. 49-50, 1979.
27. ARENDT, H.  
*Du mensonge a la violence*. París, Calmann-Levy.

28. ARENDT, H.  
*Los orígenes del totalitarismo*. Madrid, Taurus, 1974.
29. ARIAS RUIZ, Aníbal  
*La radiodifusión al servicio de Dios*. Madrid, Euramérica.
30. ARIAS RUIZ, Aníbal  
*Radiofonismo. Conceptos para una radiodifusión española*. Madrid, A. Vasallo, 1964.
31. ARIAS RUIZ, Aníbal  
*El mundo de la televisión*. Madrid, Guadarrama, 1971.
32. ARIAS TERRON, Horacio  
*1.ª Reunión nacional sobre formación del profesorado mediante circuito cerrado de televisión*. «Cuadernos de Documentación», número 16.
33. ARISTOTELES  
*Retórica*. Trad. Antonio Tovar. Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1971.
34. AROCENA, Luis A.  
*El Maquiavelismo de Maquiavelo*. Madrid, Seminarios y Ediciones, S. A., 1975.
35. ARON, Raymond  
*Ensayo sobre las libertades*. Madrid, Alianza, 3.ª ed., 1974.
36. ARONSON, James  
*Deadline for the media. Today's challenges to press and radio*. New York, Bobbs Merrill Company Inc., 1972.
37. ASH, William  
*Marxismo y moral*. México D. F., Era, 1976.
38. ATHERTON, Pauline  
*Manuel pour les systemes et services d'information*. París, Unesco, 1977.
39. ATTALI, Jacques  
*Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. Trad. José Martín Arrancilla. Madrid, Ibérica de Ediciones, 1977.
40. AUFERMANN, Jorg, y otros  
*Pressekonzentration: Eine Kritische Materialsichtung und Systematisierung*. Berlín, Verlag Dokumentation, 1970.

41. AUFERMANN, Jorg  
*Aufgaben, Konzepte und Analyseprobleme der Publizistik Wissenschaft*. «Publizistik», núm. 2, 1976.
42. AUMANN, Jordan  
*La belleza y la respuesta ética*. «Revista de Filosofía», núm. 44, 1953.
43. AYER, A. J.  
*Lenguaje, verdad y lógica*. Trad. Marcial Suárez. Barcelona, Martínez Roca, 1971.
44. AYFRE, A.  
*El cine y la fe cristiana*. Andorra, Casal I Vall, 1962.
45. AYFRE, A.  
*Conversion aux images?* París, Le Editions du Cerf, 1964.
46. BACKHAUS, Giorgio  
*Springer: la manipolazione delle masse*. Trad. di Carlo Mainoldi e Luciana Negro. Torino, Giulio Einaudi, 2.ª ed., 1968.
47. BAGET HERMS, J. M.  
*Montecarlo 79, ¿de qué sirve un festival?* «Mensaje y Medios», marzo, 1979.
48. BAGGLEY, John P., y DUCK, Steve W.  
*Análisis del mensaje televisivo*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
49. BAGDIKIAN, Ben H.  
*The information machines. Their impact on men and the media*. New York, Harper & Row, 1971.
50. BAKUNIN, Mijail  
*Tácticas revolucionarias*. Madrid, Dogal, 1978.
51. BALDELLI, Pío  
*Comunicazioni di massa*. Milán, Feltrinelli, 2.ª ed., 1978.
52. BALDELLI, Pío  
*Política culturale e comunicazioni di massa*. Milán, Feltrinelli.
53. BALLE, Francis  
Institutio  
*Institutions et publics des moyens d'information*. París, Montchrestien, 1973.
54. BALLESTER, Bernardo  
*Claves para la televisión infantil*. «Mensaje y Medios», marzo, 1979.

55. BALMES, Jaime  
*El criterio*. Barcelona, Petronio, S. A., 1978.
56. BARA, André  
*La expresión por el cuerpo*. Buenos Aires, Colección Polémica, Busqueda, 1975.
57. BARBALATO, B., y otros  
*Comunicación de masas: perspectivas y métodos*. Barcelona, «Punto y Línea», Gustavo Gili, S. A., 1978.
58. BARDIN, Laurence  
*L'analyse de contenu*. France, Presses Universitaires.
59. BARKSDALE, H. C., y FRENCH, W. A.  
*Respuesta del mundo de los negocios norteamericano al consumidorismo*. «European Journal of Marketing», núm. 1, 1976.
60. BARRELET, Denis  
*La liberté de l'information*. Berne, Staempfli and Cie., S. A., 1972.
61. BARRON, Jerome  
*Freedom of the press of whom?* U. S. A., Indiana University Press, 1975.
62. BARTHES, Roland  
*Sistema de la moda*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1978.
63. BARTOK, Bela  
*Escritos sobre música popular*. Trad. Roberto V. Raschella, Madrid, Siglo Veintiuno, 1979.
64. BATESON, Gregory  
*Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires, Carlos Lohlé.
65. BATTEGAY, Raymond  
*El hombre en el grupo*. Barcelona, Herder, 1978.
66. BAUDRILLARD, Jean  
*La société de consommation*. Francia, Gallimard, 1970.
67. BAUR, Elisabeth K.  
*La historieta (una experiencia didáctica)*. México, Nueva Imagen, Sociedad Anónima, 1978.
68. BAUDRY, Jean Louis  
*Le dispositif: approches metapsychologiques de l'impression de réalité*. «Communications», núm. 23, 1975.

69. Baudry, Jean Louis  
*Ideological effects of the basic cinematographic apparatus.* «Film Quarterly», núm. 2, 1974-75.
70. BEAUMONT, José F.  
*Primer estudio científico sobre las «estrategias jesuíticas de persuasión».* José R. de Rivera analiza las estructuras de la comunicación en los ejercicios de San Ignacio. «Diario El País», 4 abril, 1979.
71. BELMAN, Lang S.  
*John Dewey's concept of communication.* «Journal of Communication», núm. 1, winter, 1977.
72. BELL, Daniel, y otros  
*Industria cultural y sociedad de masas.* Caracas, Monte Avila Editores.
73. BELLOCH, José M.\*  
*Técnicas de la publicidad persuasiva. La persuasión, ¿es un delito?* Madrid, Instituto de Publicidad, 1971.
74. BENEYTO, Juan  
*La información configurante.* Madrid, Editora Nacional, 1975.
75. BENITEZ, Luis  
*Impacto de la propaganda en el mundo actual.* Madrid, «Cuadernos de Periodismo», Escuela Oficial de Periodismo, 1968.
76. BENITO, Antel  
*La socialización del poder de informar.* Madrid, Pirámide, 1978.
77. BENITO, Angel  
*Teoría general de la información.* Madrid, Guadiana de Publicaciones, 1973.
78. BENITO, Angel  
*Información, desarrollo y libertad.* «Revista Nuestro Tiempo», número 156, 1967.
79. BENJAMIN, Alfred.  
*La pratique de la relation d'aide et de la communication.* Boston, Les Editions E S F, 1974.
80. BENZO MESTRE, Miguel  
*Sobre el sentido de la vida.* Madrid, Editorial Católica, 1971.
81. BERELSON, Bernard  
*Content analysis in communication research.* New York, Hafner Publishers Company, 1971.

82. BERG, Mie, y otros  
*Current theories in Scandinavian mass communication research.*  
Dinamarca, G. M. T., 1977.
83. BERGER, René  
*Arte y comunicación.* Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1976.
84. BERLINGER, Rudolph  
*Las ideologías, signo de nuestro tiempo.* «Atlántida», núm. 5.
85. BERNAYS, Edward  
*Public relations.* S. U. A., University of Oklahoma Press, 5.<sup>a</sup> ed., 1970.
86. BERWANGER, Dietrich  
*Cine y televisión a bajo costo.* Quito (Ecuador, Epoca.
87. BIANCONI, André et Odile  
*Les techniques de l'expression écrite.* France, Edouard Privat, 1978.
88. BISKY, Lothar  
*Tendencias en la investigación burguesa de los medios de comunicación masivos.* «El Periodista Demócrata», núm. 5, 1976.
89. BLACK, Edwin  
*Rhetorical Criticism. A study in Method.* U. S. A., The University of Wisconsin Press, 1978.
90. BLAKES, Reed H., y HAROLDSEN, Edwin O.  
*Una taxonomía de conceptos de la comunicación.* México, Nueva-Mar, 1975.
91. BLAKELY, Robert J.  
*The people's instrument. A philosophy of programming for public television.* Washington, D. C., Public Affairs Press, 1971.
92. BLANCO PEREZ, J. L.  
*Los efectos y las pasiones en la clasificación de los hechos y funciones psíquicas.* «Revista de Filosofía», abril-septiembre, 1962.
93. BLANCH, Antonio  
*Erotismo y pornografía.* «Publitema», núm. 47, 1978.
94. BLANCHARD, Gerard  
*La galaxia des clichés selon McLuhan.* «Revue Française du Marketing», núm. 71, 1977.
95. BLAY FONTCUBERTA, Antonio  
*La personalidad creadora. Técnicas psicológicas y liberación interior.* Barcelona, Jims.

96. BLUM, Eleanor  
*Basic Books in the mass media*. U. S. A., University of Illinois Press, 1972.
97. BOCKLE, F., y POHIER, J. M.  
*Escala de valores en la técnica y en la sociedad*. «Concilium», número 110, 1975.
98. BOCKLE, F.  
*Fe y acción*. Trad. J. Larriba. «Concilium», núm. 120, 1976.
99. BOFILL, Juan A., y otros  
*Epistemología de la comunicación*. Valencia, Fernando Torres, 1976.
100. BOGART, Leo  
*Premises for propaganda*. London, The Free Press, 1976.
101. BOGART, Leo  
*The age of television*. New York, Frederick Ungar, 1972.
102. BONANI, Giampaolo  
*Telecomunicazioni prospettive 1980*. «Sipra», núm. 25, 1975.
103. BONANI, G.  
*Pubblicità e pubblico interesse*. «Sipra», núm. 6, 1972.
104. BONANI, G.  
*Il peso della propaganda fra pace e guerra*. «Sipra», núm. 2, 1974.
105. BORDEN, George A.  
*Introducción a la teoría de la comunicación humana*. Madrid, Editora Nacional, 1974.
106. BORETSKY, R. A., y JUROVSKY, A.  
*Televisión journalism*. Prague, International Organization of Journalists, 1970.
107. BORIS, Claude  
*Les tigres de papier. Crise de la presse et autocritique du journalisme*. París, Editions du Seuil, 1975.
108. BORREGO, Salvador  
*Periodismo trascendente*. México, ....., 10.ª ed., 1977.
109. BOWERS, J. W.  
*The rhetoric of agitation and control*. Massachusetts, Addison-Wesley Publishing Company Inc., 1971.
110. BRAJNOVIC, Luka  
*Deontología periodística*. Pamplona, Eunsa, 1978.



111. BRAJNOVIC, Luka  
*El ámbito científico de la información*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A., 1979.
112. BRAKE, Mike  
*The sociology at youth subcultures*. London, Routledge & Kegan Paul, 1980.
113. BREJON DE LAVERGNEE, Nicolás  
*La valeur du temps de loisir*. «Revue D'Economique Politique», 1976.
114. BREMBECK, W. L., y HOWELL, W. S.  
*Persuasion: a means of social influence*. New Jersey, Prentice-Hall, Inc., 1976.
115. BRIEST, Wolfgang  
*El problema de la influencia de la comunicación masiva*. «El Periodista Demócrata», núm. 3, 1975.
116. BROWN, Lee  
*Responsabilidad social de la prensa. ¿Cumple ésta con su deber?* México D. F., David McKay Company Inc., 1974.
117. BROWN, J. A. C.  
*Techniques of persuasion*. U. S. A., Penguin Books, 1972.
118. BRYAN KEY, Wilson  
*Subliminal seduction. A media's manipulation of a not so innocent America*. U. S. A., New American Library.
119. BUBER, Martín  
*¿Qué es el hombre?* México, Fondo de Cultura Económica, 9.ª edición, 1976.
120. BUCETA FACORRO, Luis  
*La familia ante los medios de comunicación social*. Ponencias presentadas en la Asamblea Provincial de Madrid del III Congreso Nacional de la Familia. Madrid, 1974.
121. BURGELIN, Olivier  
*La comunicación de masas*. Barcelona, A. T. E., 1974.
122. BURGESS, Parke G.  
*Crisis rhetoric: coercion us*. «Force», febrero 1973.
123. BURNET, Mary  
*Les moyens d'information dans un monde de violence*. París, UNESCO, 1971.

124. BUZEK, Antony  
*Prensa e ideología*. Buenos Aires, Marymar, 1967.
125. CABALLE, Javier  
*El programador: perspectiva profesional*. «Cuadernos de Documentación», núm. 21.
126. CALVO HERNANDO, Manuel  
*Cuatro fracasos en un siglo o el riesgo de apocalipsis*. Diario «Ya», 30 julio, 1978.
127. CALVO HERNANDO, Manuel  
*Un desafío grande, peligroso y magnífico*. Diario «Ya», 26 julio, 1978.
128. CANGUILHEIM, Georges  
*El conocimiento de la vida*. Barcelona, Anagrama.
129. CANTRIL, Hadley, and ALLPORT, Gordon W.  
*The psychology of radio*. New York, Arno Press and the New York Times, 1971.
130. CAÑIZARES, Santiago  
*Polavisión, películas en color al instante*. «Mensaje y Medios», Marzo 1971.
131. CAPALDI, Nicholas  
*Censura y libertad de expresión*. Buenos Aires, Libera, 1969.
132. CAPLOW, Theodore  
*Sociología fundamental*. Trad. Jesús Villa Martín. Barcelona, Vicens-Vives, 1975.
133. CARDO OLIVELLA, Josep  
*Los payasos de la tele. Servidumbre y grandeza de un éxito*. «Eikonos», núm. 5, 1976.
134. CARDONA, Giorgio R.  
*La lingua della pubblicità*. Italy, Longo Editore, 1974.
135. CARO BAROJA, Julio  
*Ensayos sobre la cultura popular española*. Madrid, Dosbe.
136. CARPENTER, Edmund, y McLUHAN, Marshall  
*El aula sin muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación*. Barcelona, Laia, 1974.
137. CARRASCO, Isabel, y otros  
*Amor y violencia en T. V. E.* «Mensaje y Medios», marzo 1979.

138. CARREL, Alexis  
*La incógnita del hombre*. México D. F., Editores Mexicanos Unidos, S. A., 1977.
139. CARRETON, M. A., y otros  
*Cultura y comunicaciones de masas. Materiales de la discusión chilena 1970-1973*. Barcelona, Laia, 1976.
140. CASADO VELARDE, Manuel  
*Lengua e ideología. Estudio de diario libre*. Pamplona, Universidad de Navarra, S. A., 1978.
141. CASANOVA, Jean  
*La publicité s'intéresse de plus en plus à l'affiche*. «Publi 10», núm. 43, 1975.
142. CASINI, Gherardo  
*Mass media strumenti del sistema*. Milán, Pan Editrice, 1971.
143. CASSIRER, Ernst  
*Antropología filosófica*. México, Fondo de Cultura Económica, 1975.
144. CASTILLA DEL PINO, Carlos  
*Dialéctica de la persona*. Barcelona, Península, 1975.
145. CASTILLA DEL PINO, Carlos  
*La Culpa*. Madrid, Alianza, 1973.
146. CASTILLA DEL PINO, Carlos  
*La incomunicación*. Barcelona, Península, 1975.
147. CASTILLO, José M., y GRANDIO, Luis  
*El cartel y su entorno*. «Mensaje y Medios», marzo 1979.
148. CASTRO FARIÑAS, J. A.  
*De la libertad de prensa*. Madrid, Fragua, 1971.
149. CATHELAT, Bernard  
*Publicité et société*. París, PBP, 1976.
150. CATHERINE, Robert, et THULLER, Guy  
*Conscience et pouvoir*. Science Administrative. París, Montchrestien, 1974.
151. CAYROL, Roland  
*La presse écrite et audiovisuelle*. París, Presses Universitaires de France, 1973.

152. CAZENEUVE, Jean, y BENDANO, Paule  
*La televisión y los niños menores de cinco años*. «Cuadernos de Documentación», núm. 15, 1974.
153. CAZENEUVE, Jean  
*Sociología de la Radio-Televisión*. Buenos Aires, Paidós.
154. CENCILLO, Luis  
*Libido, terapia y ética. Conflictividad ética del psicoanálisis*. Estella (Navarra), Verbo Divino, 1974.
155. CERCOS, Ramón  
*Función de los medios de comunicación en el desarrollo social*. «Nuestro Tiempo», núm. 156, 1967.
156. CERRONI, Umberto  
*Metodología y ciencia social*. Barcelona, Martínez Roca, S. A., 1971.
157. CIRINO, Robert  
*Power to persuade. Mass media and the news*. U. S. A., Bentam Books Inc., 2.ª ed., 1975.
158. CLARK, David G., y HUTCHISON, Earl R.  
*Mass media and the law*. U. S. A., Wiley-Interscience, 1970.
159. CLARK, M. J.  
*Politics and the media: film and television for the political scientist and historian*. Oxford, Published for the British Universities Film Council Ltd.
160. CLARK, Wesley C.  
*El periodismo futuro en la comunicación de masas*. Buenos Aires, Troquel, 1966.
161. CLARKE, Peter  
*New models for communication research*. London, Sage Publications.
162. CLAUSSE, Roger  
*Les nouvelles*. Bruselas, Editions de L'Institut de Sociologie de L'Université Libre de Bruxelles.
163. CLINE, Víctor B.  
*Where do you draw the line (An exploration into media violence pornography, and censorship)*. U. S. A., Brigham Young University Press, 2.ª ed., 1975.

164. CLOR, Harry M.  
*La comunicación masiva en las democracias*. Buenos Aires, Editora Distribuidora Argentina S. R. L., 1977.
165. COBLENTZ, Edmond D.  
*Arte y sentido del periodismo*. Trad. Mario A. Marino. Argentina, Troquel, 1966.
166. COHEN, Dorothy  
*Remedies for consumers protection: prevention, restitution or punishment*. «Journal of Marketing», 1975.
167. COHEN-SEAT, Gilbert, y FOUGEYROLLAS, Pierre  
*La influencia del cine y la televisión*. México, Fondo de Cultura Económica, 1967.
168. COHEN, Stanley, and YOUNG, Jack  
*The manufacture of news (Social problems, deviance and the mass media)*. London, Constable, 1973.
169. COLLIARD, Claude-Albert  
*Libertés publiques*. France, Dalloz, 4.ª ed., 1972.
170. COMANOR, William S., and WILSON, Thomas A.  
*Advertising and market power*. Massachusetts, Harvard University Press, 1974.
171. COMA, Javier  
*Los comics. Un arte del siglo XX*. Madrid, Guadarrama.
172. COMAS CONTRERAS, José  
*Bases ético-científicas de la publicidad farmacéutica*. Madrid, Talleres del Instituto Geográfico y Catastral, 1962.
173. COMBS, James, and MANSFIELD, Michael W.  
*Drama in life. The uses of communication in society*. New York, Hasting House, 1976.
174. CONSTOCK, George  
*The impact of television on american Institutions*. «Journal of Communications», núm. 2, 1978.
175. CONQUET, André  
*Cómo escribir para ser leído*. Trad. C. González de Heredia. Madrid, Ibérico Europea de Ediciones, S. A., 2.ª ed., 1971.
176. CONSTITUCION ESPAÑOLA  
*Edición comentada*. Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1979.

177. CONTRERAS, José Miguel  
*Televisión y consumo de agua*. «Mensaje y Medios», marzo 1979.
178. COONS, John E.  
*Libertad y responsabilidad de las emisoras de radio y televisión*. México, Limusa-Wiley, S. A., 1976.
179. COPANS, Jean  
*Critiques et politiques de l'anthropologie*. París, Françoise Maspero, 1974.
180. COPLESTON, Frederick  
*Filosofía contemporánea*. Barcelona, Herder, 1959.
181. CORDERO, Jesús  
*Soberanía popular y convivencia internacional. El pensamiento social de Francisco de Vitoria*. «Fragua», enero-marzo, 1979.
182. CORES, Baldomero  
*Mcluhanología y Mcluhanismo: culturología y sociología*. «Revista Española de la Opinión Pública», núm. 39.
183. COUNCIL OF EUROPE  
*Mass communication media and human rights*. Strasboug, 1970.
184. GRAWFORD, Nelson  
*The ethics of journalism*. New York, Greenwood Press, 1969.
185. CRUZ SEMPER, César  
*Psicología y persuasión*. «Publicidad», núm. 24, 1972.
186. CUADERNOS MONOGRAFICOS  
*Técnicas de la publicidad persuasiva*. Madrid, Instituto Nacional de Publicidad, 1971.
187. CURRAN, C. H.  
*Utilitarismo y moral contemporánea*. «Concilium», núm. 120, 1976.
188. CUTLIP, Scott, y CENTER, Allen H.  
*Relaciones públicas*. Madrid, Rialp, S. A., 1975.
189. CHALVEN, Mirelle  
*La televisión y los niños*. «Cuadernos de Documentación», número 20, 1975.
190. CHANDLER, Arthur  
*Through the communication barrier. On speaking, listening and understanding*. New York, Harper & Row, 1979.

191. CHARTRAND, Robert Lee, y MORENTE, James W.  
*Information technology serving society*. Oxford, Pergamon Press.
192. CHATELET, Francois  
*Historia de las ideologías*. Núm. 1 «Los mundos divinos». Madrid, Zero zyx, 1978.
193. CHATELET, Francois  
*Historia de las ideologías*. Núm. 2 «Saber y poder». Madrid, Zero zyx, 1978.
194. CHEBAT, Jean-Charles, y GAUTIER, Bernard.  
*La retórica al servicio de la publicidad*. «Publitechia», núm. 47, 1978.
195. CHELI, Enzo, y BARILE, Paolo  
*La stampa quotidiana tra crisi e riforma*. Bologna, Società editrice II Mulino, 1976.
196. CHESSEX, Cyril  
*La publicidad en el banquillo. Acusación y defensa de la publicidad*. Barcelona, Hispano Europea, 1967.
197. CHESTER, Giraud  
*Television and radio*. New York, Meredith Corporation, 1971.
198. CHIARINI, Luigi  
*El cine, quinto poder*. Madrid, Taurus, 1963.
199. CHOMBART DE LEUWE, Marie José, y BELLAN, Claude  
*Enfants de l'image*. París, Payot, 1979.
200. CHRISTENSON, Reo M.  
*Voice of the people: readings in public opinion and propaganda*. New York, McGraw-Hill, Inc., 1967.
201. CHRISTIANS, Clifford G.  
*Fifty years of scholarship in media ethics*. «Journal of Communication», núm. 4, Autumn 1977.
202. DALLOZ, Precís  
*Libertés publiques*. France, Dalloz, 1972.
203. DAMIAN, Juan  
*Medios de comunicación. ¿Esclavizan o liberan?* Argentina, Bonnum, 1976.
204. DANCE, Frank Ex.  
*The rhetorical primate*. «Journal of Communication», núm. 2, spring, 1977.

205. DARDIGNA, Anne-Marie  
*La presse feminine*. París, François Maspero, 1978.
206. DARY, David  
*Radio news handbook*. U. S. A., Tab Books, 1967.
207. DAVILA, Andrés  
*Libel law and the press*. Zürich, International Presse Institute, 1971.
208. DAVIS, William S., y McCORMACK, Allison  
*The information age*. U. S. A., Addison-Wesley Publishing Company.
209. DAVISON, Phillips, y YU, Frederick T. C.  
*Mass communication and conflict resolution*. New York, Praeger Publishers, 1974.
210. DAVISON, Phillips  
*Mass communication research*. New York, Praeger Publishers, 1974.
211. DEFOSSE, M.  
*Deontologie de la presse*. Bruselas, P. V. de Bruselas, 5.ª ed., 1974.
212. DEL RIO REYNAGA, Julio  
*El reportaje*. Quito, Epoca, 2.ª ed., 1978.
213. DELLIN, Jesús M.  
*McLuhan y el McLuhanismo*. Caracas, Centro de Comunicación Social, 1976.
214. DERISI, Octavio N.  
*Arte y poesía. Consideraciones sobre la esencia del arte*. «Revista de Filosofía», núm. 32, 1950.
215. DERLEUX, Emmanuel, y otros  
*Information et libertes*. París, Institut Français de Presse, 1976.
216. DESANTES, José M.  
*El autocontrol de la actividad informativa*. Madrid, Edicusa, 1973.
217. DESANTES, José M.  
*La función de informar*. Pamplona, Eunsa, 1976.
218. DESANTES, J. M.  
*La información como derecho*. Madrid, Editora Nacional, 1974.



219. DESANTES, J. M.\*  
*¿Qué hacer con el Estatuto de la Publicidad?* «Publitecnia», número 47, 1978.
220. DESANTES, J. M.\*  
*La verdad en la información.* Valladolid, Diputación Provincial, 1976.
221. DESMOND, Robert W.  
*The information process.* U. S. A., University of Iowa Press, 1978.
222. DEUSEN, G.  
*Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI.* Muenchen Verlag F. Schoeningh, 1973.
223. DEXTER, Lewis A., y MANNING, D.  
*People, society and mass communications.* New York, The Free Press, 1964.
224. DIAZ BORDENAVE, J., y MARTINS DE CARVALHO, H.  
*Planificación y comunicación.* Quito, Don Bosco.
225. DIAZ SAEZ, Alfonso  
*Pour un statut de la presse. Federation Française des Sociétés de Journalistes.* Centre d'Estudes et de Documentation sur L'Information de L'Université de Caen.
226. DICHTER, Ernest  
*Überz Eugen, nicht verführen.* Dusseldorf, Econ Verlag Gmbtt, 1971.
227. DIENSTRIER, R.  
*Sex and violence: can research have it both ways?* «Journal of Communication», núm. 3, 1977.
228. DIEZ ALEGRIA, J. M.\*  
*Tres actividades constitutivas de la persona en la convivencia humana.* «Revista de Filosofía», enero-marzo 1962.
229. DIEZ BLANCO, Alejandro  
*La obra de arte y su interpretación histórico-filosófica.* Introducción a una estética axiológica. «Revista de Filosofía», números 69-70, 1950.
230. DILTHEY, Wilhelm  
*Teoría de las concepciones del mundo.* Trad. de Julián Marías. Madrid, «Revista de Occidente», 1974.

231. DILTNEY, W.  
*Sistema de la ética*. Buenos Aires, Nove, 1973.
232. DILL, Richard  
*La televisión en los años 80. Un futuro lleno de interrogantes*. «Cuadernos de Documentación», núm. 201, 1975.
233. DIMITROV, Georgi  
*The press is a great force*. Prague, International Organization of Journalists, 1973.
234. DIMMICK, John  
*Canons and codes as occupational ideologies*. «Journal of Communication», núm. 2, spring 1977.
235. DIRKSEN, Charles, y KROEGER, A.  
*Advertising principles and problems*. U. S. A., Richard D. Irwin, Inc., 1973.
236. DOHMEN, Jochen  
*El cartel como medio de ayuda para la información del consumidor*. «Format», núm. 62, 1976.
237. DOMINICK, J. R., y otros  
*Periodismo televisivo frente al negocio del espectáculo: Análisis de contenido de información de testigo ocular*. «Cuadernos de Documentación», núm. 22.
238. DONCEEL, J. F.  
*Antropología filosófica*. Buenos Aires, Carlos Lohlé, 1969.
239. DOMENACH, Jean Marie  
*La propagande politique*. París, Presses Universitaires de France, 4.ª ed., 1962.
240. DONIS, D. A.  
*La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Colección Comunicación Visual. Gustavo Gili, S. A., 1973.
241. DORFLES, Gillo  
*Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona, Lumen, 2.ª ed., 1975.
242. DORFLES, Gillo  
*Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona, Lumen, 2.ª ed., 1975.
243. DORFLES, Gillo  
*Artificio e Natura*. Torino, Giulio Einaudi, 1977.

244. DORFMAN, A., y MATTELART, A.  
*Para leer al Pato Donald*. México, Siglo Veintiuno, 1978.
245. DOVRING, Karin  
*Road of propaganda. The semantics of biased communication*.  
New York, Philosophical Library, 1959.
246. DREW, Dan G.  
*Reporter's attitudes, expected meetings with source and journalistic objectivity*. «Journalism Quarterly», núm. 2, 1975.
247. DRIENCOURT, J.  
*La propaganda, nueva fuerza política*. Buenos Aires, Huemul, Sociedad Anónima, 1964.
248. DUBOUCHET, J.  
*La condición del hombre en el Universo*. Barcelona, Editorial Médica y Técnica, S. A., 1978.
249. DUCA, L.  
*Historia del erotismo*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno.
250. DUDLEY, Andrew J.  
*Las principales teorías cinematográficas*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1978.
251. DUDHURQ, Carlos A.  
*Los medios de comunicación*. Buenos Aires, 1978.
252. DUMAYET, Pierre.  
*Pequeña gramática de la entrevista televisiva*. «Cuadernos de Documentación», núm. 12.
253. DUMONT, René  
*La utopía o la muerte*. Madrid, Villalar, 1977.
254. DURKHEIM, Emilio  
*La educación moral*. Argentina, Schapire, 1972.
255. DUSISKA, Emil  
*Los medios de comunicación de masas y la participación en la toma de decisiones*. «El Periodista Demócrata», núm. 4, 1976.
256. DUWAERTS, M. León  
*L'organisation de la profession: ses usages et sa deontologie*. Bélgica, Institut pour Journalistes.
257. D'YVOIRE, J.  
*El cine redentor de la realidad*. Madrid, Rialp, 1960.

258. ECO, Umberto  
*Signo*. Trad. F. Serra Cantarell. Barcelona, Labor, 1976.
259. ECO, Umberto  
*Apocalípticos e Integrados*. Barcelona, Lumen, 5.ª ed., 1977.
260. ECO, U. y otros  
*La nueva Edad Media*. Madrid, Alianza, 1974.
261. ECO, U.  
*Lo que desconocemos de la publicidad televisual*. «Publicidad», número 23, septiembre-octubre, 1972.
262. ECO, U.  
*Tratado de semiótica general*. Trad. Carlos Manzano. Barcelona, Lumen, 1977.
263. ECO, U.  
*La estructura ausente*. Trad. F. Serra Cantarell. Barcelona, Lumen, 1975.
264. ECO, U.  
*L'oeuvre ouverte*. París, Du Seuil, 1979.
265. ECOS  
*..... y armas de la dirección publicitaria*. Madrid, Instituto Nacional de Publicidad.
266. EFREN, Edith  
*La edad crítica del bostezo*. «Cuadernos de Documentación», número 12.
267. ELIADE, Mircea  
*Mito y realidad*. Madrid, Guadarrama, 1973.
268. ELLIOT, D. y CROSS, N.  
*Diseño, tecnología y participación*. Barcelona, Colección Tecnología y Sociedad, Gustavo Gili, S. A., 1980.
269. ELLIOT, P.  
*The making of a television series*. Great Britain, The Anchor Press Ltd., 1972.
270. ELLIOT BERRY, T.  
*Journalism in America*. New York, Hasting House, 1976.
271. ELLUL, Jacques  
*Historia de la propaganda*. Trad. Rosa Moreno Roger. Venezuela, Monte Avila, 1970.

272. ELLUL, J.  
*The formation of men's attitudes*. New York, Vintage Books, 1973.
273. ELLUL, J.  
*L'empire du non sens. L'art et la société technicienne*. Paris, Presses Universitaires de France, 1980.
274. ENEL, Françoise  
*El cartel, lenguaje, funciones, retórica*. Valencia, Fernando Torres, 1974.
275. ENGELS, Federico  
*El origen de la familia, de la propiedad privada y del Estado*. Madrid, Fundamentos, 1970.
276. ENGLUND, Steven  
*Censorship a la mode*. Columbia «Journalism Review», núm. 13, 1975.
277. ERENS, Patricia  
*Sexual Straatagemens. The world of women in film*. New York, Horizon Press.
278. ERLOBATO, Mario  
*La RTV. en Brasil*. «Mensaje y Medios», marzo 1979.
279. ESCARPIT, Robert  
*The concept of mass*. «Journal of Communication», núm. 2, 1977.
280. ESPINOSA, Baruch.  
*Ética. Demostrada según el orden geométrico*. Madrid, Editora Nacional, 1975.
281. ESTUDIO  
..... *sobre el comportamiento del consumidor ante el mensaje publicitario*. Madrid, Instituto Nacional de Publicidad, 1977.
282. EUBANKS, Ralph. y otros  
*Toward an axiology of rhetoric*. «The Quarterly Journal of Speech», abril 1962.
283. EVERSOLE, Pam  
*Concentration of ownership in the communications industry*. «Journalism Quarterly», núm. 2, 1975.
284. EYSENCK, H. J.  
*Usos y abusos de la pornografía*. Madrid, Alianza.

285. FAGEN, R.  
*Política y comunicación*. Trad. Alberto Ciria. Buenos Aires, Paidós, 1966.
286. FAGOTHEY, Austin  
*Teoría y aplicación*. México. Ed. Interamericana, 1973.
287. FAGOTHEY, A.  
*Anthology of right and reason*. Saint Louis, The C. V. Mosby Company, 1972.
288. FARRE, Luis  
*El objetivo estético*. «Revista de Filosofía», núm. 50, 1954.
289. FARRE, Luis  
*Antropología filosófica. El hombre y sus problemas*. Madrid, Guadarrama, 1974.
290. FATTORELLO, Francesco  
*Introducción a la técnica social de la información*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, Escuela de Periodismo, 1969.
291. FAUCONNIER, Guido  
*Mass media and society*. Bélgica, Universitaire Pers Leuven, 1975.
292. FAURE, D.  
*La participación directa de los oyentes en los programas radiofónicos*. «Cuadernos de Documentación», núm. 19, 1975.
293. FAUS, D.  
*La radio. Introducción a un medio desconocido*. «Cuadernos de Documentación», núm. 19, 1975.
294. FAUS, Angel  
*La recreación verosímil del entorno social de la radio*. «Cuadernos de Documentación», núm. 19, 1975.
295. FELDMANN, Erich  
*Teoría de los medios masivos de comunicación*. Trad. J. J. Thomas. Buenos Aires, Kapelusz, 1977.
296. FELDMANN, Simón  
*Realización cinematográfica. Análisis y práctica*. Barcelona, Instar, S. A., 1979.
297. FERNANDEZ, Aurelio  
*Filosofía de la libertad. Diálogo con N. Hartmann*. Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorro, 1975.

298. FERNANDEZ AREAL, M.  
*Introducción al derecho de la información.* Barcelona, A. T. E., 1977.
299. FERNANDEZ BALZANO, O. A.  
*Manual de relaciones públicas y humanas para la enseñanza básica, media y superior.* Estudio Argentino de Relaciones Públicas. (Especializado en técnicas y Medios de Comunicación Social.)
300. FERNANDEZ CRUZ, A.  
*La sociedad del año 2000.* Introd. Luis González Seara. Madrid, C. E. S. del Valle de los Caídos, 1971.
301. FERNANDEZ LERA, A.  
*La huelga rota.* Madrid, Akal, 1976.
302. FERRATER MORA, J.  
*Sobre la violencia.* Diario «El País», 5 octubre 1979.
303. FERRER, Clemente  
*El consumidor frente a la publicidad.* Madrid, Index.
304. FISCHER, H. D., y MERRILL, J. C.  
*International and intercultural communication.* New York, Hastings House, 1970.
305. FISCHER, H. D., y MERRILL, J. C.  
*International communication Media, channels, functions.* New York, Hastings House, 1970.
306. FLEUR, Melvin L.  
*Teorías de la comunicación masiva.* Buenos Aires, Paidós, 1970.
307. FLORA, F.  
*Civiltá del noveciento.* Bari, Laterza, 1949.
308. FLORIOT, René, y COMBALDIEU, Raoul  
*Le secret professionnel.* France, Flammarion, 1973.
309. FLYNN, Lawrence J.  
*The Aristotelian basis for the ethics of speaking.* «The Speech Teacher», núm. 3, septiembre 1957.
310. FOLLIET, J.  
*La información hoy y el derecho a la información.* Santander, Col. Nuevo Mundo Ed. Sal Terrae, 1972.

311. FONTBARE, Vicky, et SOMET, P.  
*Codes culturels et logique de classe dans le bande dessinée.*  
«Communications», núm. 24, 1976.
312. FONTCUBERTA, J.  
*El exorcista: acciones subliminales y semiosis demoníaca.* «Comunicación», núm. 25, 1972.
313. FORD, Charles  
*Camera et mass media.* France, Collection Medium, Maison Mame, 1970.
314. FOOT, Philippa  
*Teorías sobre la ética.* Trad. Manuel Arbolí. México, Fondo de Cultura Económica, 1974.
315. FOX MOTT, G.  
*New survey of journalism.* U. S. A., Collage Outline Series. Barnes & Noble Inc., 1958.
316. FRANKENA, W. K.  
*Ética.* Trad. Carlos Gerhard. México. Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, 1965.
317. FREIRE, Paolo  
*Pedagogía del oprimido.* Madrid, Siglo Veintiuno, 5.ª ed., 1978.
318. FREUD, Sigmund.  
*Psicología de las masas.* Madrid, Alianza, 4.ª ed., 1974.
319. FROMM, Erich  
*El miedo a la libertad.* Trad. Gino Germani. Buenos Aires, Paidós, 1974.
320. FROMM, Erich  
*Psicoanálisis de la sociedad contemporánea.* Trad. Florentino M. Torner. México, F. C. E., 1960.
321. FROMM, Erich  
*Ensayos sobre el Apocalipsis.* Barcelona, Kairos, 1973.
322. FROMM, Erich  
*Ética y psicoanálisis.* México, F. C. E., 1957.
323. FROMM, Erich  
*Marx y su concepto de hombre.* México, F. C. E., 1962.
324. FROMM, Erich  
*Y seréis como dioses.* Buenos Aires, Paidós.



325. FRONDIZI, R.  
*Introducción a los problemas fundamentales del hombre*. México, F. C. E., 1977.
326. FRONDIZI, 3.  
*¿Qué son los valores? Introducción a la axiología*. México, F.C.E., 1977.
327. FULOP, Christina  
*The economics of the consumer interest*. «Advertising Quarterly», núm. 46.
328. FURHOFF, Lars  
*Les politiques de la communication en Suède*. París, Les Presse de L'Unescos, 1975.
329. GALLEGO, A.  
*Historia del grabado en España*. Madrid, Cátedra.
330. GARAUDY, R.  
*Una nueva civilización (El proyecto esperanza)*. Madrid, Cuadernos para el Diálogo, S. A., 1977.
331. GARCIA ESCUDERO, José M.<sup>a</sup>  
*Cine social*. Madrid, Taurus, S. A., 1958.
332. GARCIA ESTEBANEZ, Emilio  
*El bien común y la moral política*. Barcelona, Herder, 1970.
333. GARCIA JIMENEZ, Jesús  
*Televisión, educación y desarrollo en una sociedad de masas*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto Balmes de Sociología, 1965.
334. GARCIA JIMENEZ, Jesús  
*Teoría de los contenidos de Televisión*. Madrid, Servicio de Formación de Televisión Española, 1965.
335. GARCIA JIMENEZ, Jesús  
*Luz en las antenas*. Madrid, Euramérica.
336. GARCIA LABRADO, F.  
*La ayuda económica del Estado a la prensa*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A., 1975.
337. GARCIA LAHIGUERA, F.  
*La teoría de la «Gestalt» y sus implicaciones en el campo publicitario*. «ESIC-MARKET», núm. 12, 1973.

338. GARCIA MAROTO, E.  
*La protección del cine español.* «Mensaje y Medios», marzo, 1979.
339. GARCIA MORENTE, M.  
*Ensayos sobre el progreso.* «Revista de Occidente», 1975.
340. GARDNER, Carl.  
*Media politics and culture. A socialist view.*
341. GRADNER, David  
*Introducción al concepto de la decepción en publicidad.* «Publicitecna», núm. 42-43, 1977.
342. GARNICA, G.  
*La televisión en las elecciones de 1-M.* «Mensaje y Medios», marzo, 1979.
343. GARVEY, William  
*Communication: the essence of science.* U. S. A., Pergamon Press, 1979.
344. GARZA, Beatriz  
*La connotación: problemas del significado.* México, El Colegio de México, 1978.
345. GARRETON, M. A., y otros  
*Cultura y comunicación de masas. Materiales de la discusión chilena, 1970-1973.* Barcelona, Laia, 1976.
346. GARRETT, Thomas M.  
*Some ethical problems of modern advertising.* Roma, The Gregorian University Press, 1961.
347. GARRETT, T. M.  
*The manipulated man.* New York, Herder and Herder, 1971.
348. GATTEGNO, Caleb  
*Hacia una cultura visual.* Trad. Sergio Fernández Bravo, México, Sep Diana, 1979.
349. GAUQUELIN, Michel y Françoise  
*El mecanismo de la persuasión.* Bilbao, Mensajero, 1976.
350. GEIGER, Theodor.  
*Ideología y verdad.* Buenos Aires, Amorrortu, 1972.
351. GERALD, Edward J.  
*La responsabilidad social de la prensa.* México, Limusa-Wiley, Sociedad Anónima, 1965.

352. GEYER, Francois  
*Les codes deontologiques dans la presse internationale*. Bruxelles, Federation Internationale des Journalistes, 1976.
353. GIL-ALBERT, Juan  
*Contra el cine*. Valencia, Prometeo, S. L., 1974.
354. GINER, Salvador  
*Historia del pensamiento social*. Barcelona, Ariel, 1975.
355. GITZEL, Dieter  
*Las solapas del libro: un pequeño cartel*. «Format», núm. 70, 1977.
356. GOFFMAN, Erving  
*Relaciones en público. Microestudio del orden público*. Madrid, Alianza, 1979.
357. GOFFMAN, Erving  
*La mise en scene de la vie quotidienne. Les relations en public*. Francia, Les Editions de Minuit, 1973.
358. GOLDSSEN, Rose R.  
*Fórmulas de tratamiento empleados en televisión*. «Cuadernos de Documentación», núm. 17, 1974.
359. GOMBRICH, E. H.  
*Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
360. GOMIS, Lorenzo  
*El medio media. La función política de la prensa*. Madrid, Seminarios y Ediciones, S. A., 1974.
361. GONZALEZ, Christian  
*Le Western. Que sais je?* France, PUF., 1979.
362. GONZALEZ ANLEO, Juan  
*Sociedad de consumo y publicidad*. «Publitécnia», núms. 49-50, 1979.
363. GONZALEZ DE CARDENAL, O.  
*Ética y religión. La conciencia española entre el dogmatismo y la desmoralización*. Madrid, Ed. Crstianidad, 1977.
364. GONZALEZ CASANOVA, J. A.  
*Comunicación humana y comunidad política. Una aproximación al Derecho Político*. Madrid, Tecnos, 1968.

365. GONZALEZ SEARA, Luis  
*Televisión y sociedad*. «Cuadernos de Documentación», núm. 14, 1972.
366. GORDON, G. N.  
*Persuasion. The theory and practice of manipulative communication*. New York, Hastings House, 1971.
367. GORDON, G. N.  
*Communications and media. Constructing a cross Discipline*. New York, Hastings House, 1975.
368. GOROSTIAGA, Eduardo  
*El caso italiano y la Constitución Española*. «Mensaje y Medios», marzo, 1979.
369. GOROSTIAGA, Eduardo  
*La mujer como protagonista de la información*. «Publitecnia», núm. 47, 1978.
370. GOULDNER, Alvin W.  
*The dialectic of ideology and technology. The origins, grammar and future of ideology*.
371. GRACIA, Francisco  
*Teoría y sociedad*. Barcelona, Ariel, 1970.
372. GRACIAN, Baltasar  
*Tratados: el héroe, el discreto, oráculo manual*. Buenos Aires, Sopena S. R. L., 1944.
373. GRAETZER, Klaus  
*Sociología de la comunicación colectiva*. Quito, Ciespal.
374. GREEN, Maury  
*Periodismo en televisión*. Trad. Roberto Juan Walton, Buenos Aires, Troquel, 1973.
375. GREEN, Wayne  
*The fascinating world of radio communications*. Tab Books.
376. GREENBERG, Clement  
*Arte y cultura*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
377. GREENBERGER, Martín  
*Computers, communications, and the public interest*. London, The Johns Hopkins Press, 1971.

378. GREENFIELD, Jeff.  
*Down to*. «Columbia Journalism Review», núm. 6, 1976.
379. GREGORIO, Domenico  
*Metodología del periodismo*. Madrid, Rialp, S. A., 1966.
380. GREYSER, S. A., y DIAMOND, S.  
*El consumidorismo y la publicidad. Perspectivas de la dirección publicitaria en USA*. «Advertising Quarterly», núm. 47.
381. GREYSER, Stephen A.  
*Marketing and the future: the response to consumerism*. «Advertising Quarterly», 1974.
382. GRIGNON, Claude  
*L'ordre des choses*. Francia, Les Editions de Minuit.
383. GRIMAU, Carmen  
*El cartel republicano en la guerra civil*. Madrid, Cátedra, S. A.
384. GROLL, H. W.  
*Publicidad con información estética y su modelo histórico*. «Format», núm. 55, 1975.
385. GROOMBRIDGE, Brian  
*La televisión y la gente*. Caracas, Monte Avila.
386. GROPIUS, Walter  
*The theater of the Bauhaus*. London, Eyre Methuen, 1979.
387. GROUPE D'ENTREVERNES  
*Analyse sémiotique des textes*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon.
388. GROVES, Robert M., KAHN, M.  
*Surveys by telephone*. USA, Academic Press, 1979.
389. GAUDEL, J.  
*El diálogo de los valores y normativa ética*. «Concilium», número 120, 1976.
390. GUARDINI, Romano  
*Pascal o el drama de la conciencia cristiana*. Buenos Aires, Emecé Editores, S. A., 1955.
391. GUBERN, Román, y PRAT, Juan  
*Las raíces del miedo. Antropología del cine de terror*. Barcelona, Tusquets, 1979.

392. GUEROULT, Marcial  
*El concepto de información en la ciencia contemporánea*. Madrid, Siglo Veintiuno, 1975.
393. GUILFORD, JP., y otros  
*Creatividad y educación*. Buenos Aires, Paidós, 1978.
394. GIRAUD, Pierre.  
*La semiología*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 1975.
395. GUTIERREZ PEREZ, Francisco  
*El lenguaje total. Una pedagogía de los medios de comunicación*. Buenos Aires, Humanitas.
396. GUTIERREZ VEGA, Hugo  
*Información y sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica, 1974.
397. HAAS, C. R.  
*Teoría, técnica y práctica de la publicidad*. Trad. Rosalía Vázquez. Madrid, Rialp, S. A., 3.ª ed. 1971.
398. HABERMAS, Jürgen.  
*Communication and the evolution of society*. Boston, Beacon Press.
399. HABERMANS, Jürgen  
*La crisis della razionalita nel capitalismo maturo*. Trad. Giorgio Balkheaus. Frankfurt, Suhrkamp Verlag, 1973.
400. HAERING, Bernhard  
*Moral y medicina. Etica médica y sus problemas actuales*. Madrid, P. S., 3.ª ed., 1977.
401. HAERING, Bernhard  
*Manipulación del hombre y moral*. Madrid, P. S., 1973.
402. HAERING, Bernhard  
*Revolución y no violencia*. Madrid, Colección «Antropología y Moral Cristiana», 1970.
403. HALLORAN, James D.  
*Los efectos y la televisión*. Madrid, Editora Nacional, 1970.
404. HARE, R. M.  
*El lenguaje de la moral*. Trad. R. Carrió y Eduardo A. Rabossi. México, Instituto de Investigaciones Filosóficas, 1975.

405. HARTMAN, Robert S.  
*El conocimiento del bien. Crítica de la razón axiológica.* México, F. C. E., 1965.
406. HARTMAN, W., y otros  
*Manual de los sistemas de Información.* Madrid, Paraninfo, Sociedad Anónima, 1979.
407. HASELDEN, Kyle  
*Morality and the mass media.* USA, Broadman Press, 1968.
408. HATT, Harold E.  
*Cibernética e imagen del hombre.* Barcelona, Martínez Roca, Sociedad Anónima, 1968.
409. HEART, Stephen  
*Los mass media y el individuo.* «Mensaje y Medios», enero 1978.
410. HEBARRE, Jean-Louis  
*Protection de la vie privée et deontologie des journalistes.* Zurich, Institut International de la Presse, 1970.
411. HEBDIGE, Dick  
*Subculture. The meaning of style.* USA, Methuen & Co. Ltd., 1979.
412. HEILBRONER, R. L.  
*Entre capitalismo y socialismo.* Madrid, Alianza, 1972.
413. HEINZ, Hans  
*De la obra de arte a la mercancía.* Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
414. HEINZ, Karl  
*Der manipulierte Zuschauer.* Germany, Herderbücherei, 1975.
415. HELLMAN, Hal  
*Nueva era de las comunicaciones.* Ed. Marymar.
417. HERMIDA, Jesús  
*Televisión, la (súper) máquina de imprimir (súper dinero).* «Mensaje y Medios», núm. 7, abril 1979.
418. HERMIDA, Jesús  
*¿Es el sistema norteamericano un modelo para copiar o... para evitar?* «Mensaje y Medios», marzo 1979.

419. HERNANDEZ, Juan  
*El cine de autor en España*. Madrid, Castellote, 1978.
420. HERNER, Irene  
*Tarzán, el hombre mito*. México, Sep. Diana.
421. HESBURGH, Theodore  
*The humane imperativa*. London, Yale University Press, 1974.
422. HESSEN, J.  
*Teoría del conocimiento*. Madrid, Espasa- Calpe, S. A., 1973.
423. HIGHAM, Martín  
*The abc of interviewing*. London, Institute of Personnel Management, 1979.
424. HIGUERA, Gonzalo  
*Reforma ético-social en la empresa*. «Boletín de Estudios Económicos», núm. 100, 1977.
425. HILLIARD, Robert L.  
*Radio Broadcasting. An introduction to the sound medium*. New York, Hastings House, 7.<sup>a</sup> ed., 1972.
426. HILLS, George  
*La objetividad en RTV*. «Mensaje y Medios», octubre 1978.
427. HIRSCH, Paul M.; Miller, Peter, y KLINE, Gerald F.  
London, Sage Publications, 1977.
428. HOCKING, W. E.  
*Freedom of the press*. Chicago, The University of Chicago Press, 1947.
429. HOFFMANN, H. J.  
*Psychologie und Massenkommunikation (Planung, Durchführung und analysis öffentlicher Beeinflussung)*. Berlín, Walter de Gruyter, 1976.
430. HOHENBERG, J.  
*The professional journalist. USA*, University of Kansas, 1978.
431. HOHENBERG, J.  
*Free people. The best cause*. New York, The Free Press, 1971.
432. HOLMGREN, Rod.  
*The mass media book*. New Jersey, Prentice-Hall Inc., 1972.



433. HOOK, Sidney  
*The paradoxes of freedom*. Berkeley, University of California Press, 1962.
434. HOPKINS, J.  
*Mass media in the Soviet Union*. USA, Western Publishing Company Inc., 1970.
435. HOPKINSON, Peter  
*Le rôle du film dans le développement*. París, Unesco, 1972.
436. HORKHEIMER, Max.  
*Teoría crítica*. Barcelona, Barral, 1971.
437. HORKHEIMER, Max.  
*Sobre el concepto del hombre y otros ensayos*. Buenos Aires, Sur, 1970.
438. HORNEY, Karen  
*La personalidad neurótica de nuestro tiempo*. Buenos Aires, Paidós, 1968.
439. HOSKINS, Mark W.  
*Mass media in the Soviet Union*. USA, Western Publishing Company Inc., 1970.
440. HOSPERS, John  
*La conducta humana*. Madrid, Tecnos, S. A.
441. HOURDIN, Georges  
*Proceso a la sociedad de consumo*. Barcelona, Dopesa, 1970.
442. HOWARD, Walter  
*Musique et culture*. París, Presses Universitaires de France, 1963.
443. HOWITT, Dennis.  
*Mass media violence and society*. London, Elek Science, 1975.
444. HOYT, Edwin P.  
*Freedom of the news media*. New York, The Seabury Press, 1973.
445. HRONEK, Oldrich  
*Una redacción electrónica. Taller periodístico del porvenir*. «El Periodista Demócrata», núm. 11, 1975.
446. HUBERMAN, Marcos  
*Publicidad, sexo y violencia*. «Publitécnia», núm. 47, 1978.

447. HUDEC, Vladimir  
*Journalism. Substance, social functions, development.* Prague, International Organization of Journalists, 1978.
448. HUDSON, W. D.  
*La filosofía moral contemporánea.* Versión española de José Hierro S. Pescador. Madrid, Editorial, 1974.
449. HUGHES, Michel  
*Etude psychologique de la communication publicitaire.* «Publi 10», núm. 71, 1976.
450. HULTENG, J. L.  
*The messenger's motives.* New Jersey, Prentice-Hall, 1976.
451. HUND, Wulf D.  
*Comunicación y sociedad.* Trad. J. Acero, J. Muñoz y J. Solana, Madrid, Alberto Corazón, 2.<sup>a</sup> ed., 1977.
452. HUNTFORD, Roland  
*The new totalitarians.* New York, Stein and Day, 1972.
453. HUNZIKER, Peter  
*Fernsehen und interpersonelle Kommunikation in der Familie.* «Publizistik», núm. 1, 1976.
454. HUXLSY, Aldous  
*Brave new world revisited.* USA, Perennial Library, 1965.
455. HUXLEY, Aldous  
*Un mundo feliz.* Barcelona, Plaza & Janés, S. A., 1976.
456. HUXLEY, Aldous  
*Nueva visita a un mundo feliz.* Trad. Miguel de Hernani. Buenos Aires, Sudamericana, 1976.
457. HYBELS, Sandra  
*La comunicación.* México, Logos Consorcio Editorial, S. A., 1976.
458. HYNDS, Ernest C.  
*American newspapers in the 1970s.* New York, Hasting House, 1975.
459. IGLESIAS, Francisco  
*Contra-televisión y propaganda política.* «Nuestro Tiempo», números 255-256, 1975.
460. INFORMACION  
*... científica, cultura y artística.* «Boletín Informativo de la Fundación J. March», núm. 28, 1974.

461. INGE, Thomas M.  
*American popular culture*. Vol. I. London, Greenwood Press, 1978.
462. INGENIEROS, José  
*Las fuerzas morales*. Buenos Aires, Losada, S. A., 1974.
463. INKELES, Alex  
*Public opinion in Soviet Russia. (A study in mass persuasion)*. USA, Harvard University Press, 6.ª ed., 1975.
464. INTERNATIONAL  
*... advertising association. Controversy advertising*. New York, Hastings House, 1977.
465. IRIBARREN, Jesús  
*La Iglesia ante los medios de comunicación social. Ética y medios de comunicación social*. Madrid, Ed. Paulinas, 1978.
466. IRIBARREN, Jesús  
*El derecho a la verdad*. Madrid, Biblioteca de Autores Cristianos, 1968.
467. IRWIN, Will  
*Propaganda and the news*. New York, Johnston Reprint Corporation, 1969.
468. ISRAEL, Joachim  
*Teoría de la alienación. Desde Marx hasta la sociología contemporánea*. Barcelona, Ediciones Península, 1977.
469. JACHATUROV, Karen A.  
*Medios de comunicación y la opinión pública en la Unión Soviética*. Quito, Ciespal, 1968.
470. JARVIE, I. C.  
*Sociología del cine*. Madrid, Colección «Punto Omega», Guadarrama.
471. JASPERS, Karl  
*Balance y perspectiva*. Trad. F. Vela. Madrid, Revista de Occidente, -1953.
472. JASPERS, Karl  
*Ambiente espiritual de nuestro tiempo*. Trad. Ramón de la Serna, Barcelona, Labor.

473. JASPERS, K.  
*¿Se nos informa correctamente?* «Folía Humanística», núm. 4,  
Ed. Glarma, 1963.
474. JASPERS, K.  
*Psicología de las concepciones del mundo*. Madrid, Gredos, 1967.
475. JAY EPSTEIN, E.  
*News from nowhere. Television and the news*. Nueva York, Ran-  
dom House, 1973.
476. JENKINS, Simón  
*Newspapers. The power and the money*. London, Faber and  
Faber.
477. JEUDY, Henry-Pierre  
*Le peur et les medias*. París, Presses Universitaires de Frances.
478. JOHANNESSEN, Richard L.  
*Ethics in human communication*. USA, Charles E. Merrill Pu-  
blishing Company, A. Bell & Howell Company, 1975.
479. JOHNSON, David W.  
*Reaching out: interpersonal effectiveness and self actualization*.  
New Jersey, Prentice Hall Inc., Engle&ood Clifts, 1972.
480. JOHNSTONE, Keith  
*Improvisation and the theatre*, London, Faber and Faber, 1979.
481. JONES, W. T.  
*Las ciencias y las humanidades, conflicto y reconciliación*. Ma-  
drid, FCF, 1976.
482. JONES, John Paul  
*Gathering and writing the news*. Chicago, Nelson Hall, 1976.
483. JOR, Finn  
*La desmitificación de la cultura*. Madrid, Ministerio de Cultura,  
Secretaría General Técnica.
484. JOURDHEUIL, J.  
*Le theatre, l'artiste, l'etat*. Francia. Hachette.
485. JUNG, C. G.  
*Tipos psicológicos*. Barcelona, Edhasa, 1971.
486. JUNGER, Friedrich G.  
*Perfección y fracaso de la técnica*. Buenos Aires, Sur, 1968.

487. KANT, E.  
*Principios metafísicos del derecho*. Buenos Aires, Amerkade, 2.ª ed., 1974.
488. KANT, E.  
*Lo bello y lo sublime. La paz perpetua*. Madrid, Espasa-Calpe, 1972.
489. KAY, W.  
*La educación moral*. Buenos Aires, El Ateneo, 1977.
490. KATZ, Elihu  
*Can authentic cultures survive new media?* «Journal of Communication», núm. 2, spring 1977.
491. KATZ, Jerrold J.  
*La realidad subyacente del lenguaje y su valor filosófico*. Versión española Conxita Lleo. Madrid, Alianza.
492. KEETON, Titus  
*Ethics for today*. New York, D. Van Nostrand Company, 5.ª ed., 1966.
493. KEIRSTEAD, Phillip  
*Journalist's notebook of live radio, T. V. news. USA.*, Tab Books, 1976.
494. KELLY, Frank K.  
*La libertad y sus garantías*. Buenos Aires, Compañía Fabril Editora, S. A., 1964.
495. KENT, K. E., y RUSH, Ramona R.  
*Communication behavior of older persons affects their public affairs knowledge*. «Journalism Quarterly», núm. 1, 1976.
496. KEPNER, Charles H.  
*El directivo racional*. Trad. David Currie Gomes. USA., McGraw Hill.
497. KERBER, W.  
*Prioridad de valores en el mundo técnico y social*. «Concilium», núm. 110, 1975.
498. KERMODE, Frank (Ed).  
*MacIntyre Alasdair. Herbert Marcuse (An exposition and a polemic)*. New York, The Viking Press, 1970.

499. KIENTZ, Albert  
*Para analizar los mass media. El análisis de contenido.* Valencia, Fernando Torres, 1974.
500. KLAPPER  
*Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión.* Madrid, Aguilar, 1974.
501. KLAUS, Georg  
*El lenguaje de los políticos.* Barcelona, Anagrama.
502. KNIGHT, Frank H.  
*La ética de la sociedad competitiva.* Madrid, Unión Editorial, Sociedad Anónima, 1976.
503. KOGON, Eugen  
*The manipulated man. The significance of the opposition in the party system of democracy.* New York, Herder and Herder, 1971.
504. KOLOKOWSKY, Leszek  
*El racionalismo como ideología y ética sin código.* Trad. Jacobo Muñoz. Barcelona, Ariel, 1970.
505. KOSSLICK, D. R.  
*Zeitungswissenschaft und Beruf.* «Publizistik», núm. 1-2, 1975.
506. KREUZMANN, H. P.  
*Publicidad televisada y publicidad radiofónica en la República Federal Alemana.* «L'Écho de la Presse et la Publicité», número 989, 1976.
507. KRIEGHABAUM, Hillier  
*Pressures on the press.* New York, Thomas Y. Crowell, 1972.
508. KROPOTKIN, Piotr  
*Ética. Origen y evolución de la moral.* Dogal.
509. KUNG, Hans  
*Ser cristiano.* Madrid, Cristiandad, 1977.
510. KUNG, Hans  
*¿Existe Dios? Respuesta al problema de Dios en nuestro tiempo.* Madrid, Cristiandad, 1979.
511. LA BORDERIE, René  
*Les images dans la société et l'éducation.* París, Casterman, 1972.
512. LACY, Dan  
*Problemas y perspectivas de la comunicación de masas.* Buenos Aires, Troquel, 1968.

513. LACHANCE, Louis  
*El derecho y los derechos del hombre*. Madrid, Rialp, S. A., 1979.
514. LAIN ENTRALGO, Pedro  
*La comunicación interpersonal en la convivencia humana*. «Revista de Filosofía», núms. 80-81, enero-marzo 1962.
515. LAIN ENTRALGO, P.  
*Antropología de la esperanza*. Barcelona, Guadarrama, 1978.
516. LAIN ENTRALGO, P.  
*Tríptico sobre el ser de Europa*. «Cahiers Europeens», abril 1978.
517. LAIN ENTRALGO, P.  
*Carta a un marxista reflexivo*. Diario «El País», 10 marzo 1979.
518. LAMBERTI, Jean Claude  
*Libertad en la sociedad democrática*. Pamplona, EUNSA, 1976.
519. LAMBILLIOTE, y otros  
*La civilización del ocio*. Madrid, Guadarrama, 1968.
520. LANGENBUCHER, Wolfgang  
*Kommunikation als Beruf*. «Publizistik», núm. 1-2, 1975.
521. LAPESA, Rafael  
*Comunicación y lenguaje*. Instituto de Ciencias del Hombre, Karpos, 1977.
522. LAPIDUS, Robin  
*Videograma, televisión por cable, satélites*. «El Periodista Demócrata», núm. 1, 1975.
523. LARA, Antonio  
*La noción de calidad en la imagen televisiva*. «Cuadernos de Documentación», núm. 18, 1975.
524. LARKIN, Ernest F.  
*Analysis of values and attitudes toward*. «Advertising Quarterly», núm. 1, 1971.
525. LARSEN, Otto N.  
*Violence and the mass media*. New York, Harper & Row, 1968.
526. LARSON, Charles U.  
*Persuasion: reception and responsibility*. Belmont (USA), Wadsworth Publishing Company Inc., 1973.

527. LASSERRE, René, y MUZET, Denis  
*La violence moyen d'information*. «Communications», 2 jahragang 1976.
528. LATAILLADE, Iñigo  
*Organización política de la convivencia*. «Círculo de Estudios», diciembre, 1977.
529. LAULAN, Anne Marie  
*Un film et ses filtres cultureles*. «Communication et langüajes», número 30, 1976.
530. LAURA, Ernesto G.  
*La censura cinematográfica. Idee esperienza documenti*. Italia, Edizioni Di Bianco e Nero, 1961.
531. LAVOINNE, Yves  
*La presse*. París, Larousse, 1976.
532. LAZARSEELD, Paul F., y otros  
*The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, Columbia University Press, 1968.
533. LEAUTE, Jacques  
*Concepciones políticas y jurídicas de la información*. Quito, Ciespal, 1969.
534. LEAUTE, Jacques  
*Secret militaire et liberté de la presse. Etude de droit penal compare*. París, Presse Universitaires de France, 1957.
535. LEAUTE, Jacques  
*Etica y responsabilidad del periodista*. Quito, Ciespal, 1966.
536. LEDUC, Robert  
*Le pouvoir publicitaire*. París, Bordás, 1974.
537. LEE, Richard W.  
*Politics & the press*. Washington, Acropolis Books, 1972.
538. LEFEBVRE, Henri  
*La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid, Alianza, 1972.
539. LEGAZ LACAMBRA, Luis  
*El derecho natural, problema vigente*. «Atlántida», núm. 9.
540. LEGRAND, André  
*L'ombudsman Scandinave. Etudes comparés sur le controle de L'Administration*. París, Library Generale de Droit et de Jurisprudence, 1970.



541. LEGRAND, Gerard  
*Cinemanie*. París, Stock/Cinema, 1979.
542. LOHEST, Holde  
*Sentido y contrasentido de la participación*. «Cuadernos de Documentación», núm. 19, 1975.
543. LEIGH, Robert D.  
*A free responsible press. A general report on mass communication*. Chicago, The University of Chicago Press, 2.ª ed., 1974.
544. LENNE, Gerard  
*La muerte del cine*. Barcelona, Anagrama, 1974.
545. LESENNE, R.  
*Tratado de moral general*. Madrid, Gredos, 1978.
546. LEVY, P. H. G.  
*La revelation des scandals et les limites du sensationnalisme*. «Journalisme», núm. 37.
547. LEWELL, John  
*Multivision. The planning, preparation and projection of audiovisual presentations*. London, Focal Press, 1980.
548. LIEBERT, Robert M., y otros  
*La televisión y los niños*. Barcelona, Fontanella, S. A., 1976.
549. LIN, Nan.  
*Information flow influence flow and the decision making process*. «Journalism Quarterly», 1971.
550. LISON TOLOSANA, C.  
*Aspectos del pathos y ethos de la comunidad rural*. «Revista de la Opinión Pública», núm. 43, 1976.
551. LOEFFLER, M., y otros  
*Die Rolle der Massenmedien in der Demokratie*. München, Verlag C. H. Beck, 1966.
552. LOHISSE, Jean  
*Audiencia de masas y contenidos comunes*. «Revista Española de la Opinión Pública», núm. 42, 1975.
553. LOIODICE, Aldo  
*Contributo allo studio sulla libertà d'informazione*. Nápoles, Eugenio Jovene, 1969.

554. LOMBARDI, L. M.  
*Folklore e profitto (technique di distribuzione di una cultura)*. Guaraldi, Firenze, 2.ª ed., 1976.
555. LOPEZ ARANGUREN, J. L.  
*La comunicación humana*. Madrid, Guadarrama, 1975.
556. LOPEZ ARANGUREN, J. L.  
*La juventud europea y otros ensayos*. Barcelona, Seix Barral, Sociedad Anónima, 1968.
557. LOPEZ ARANGUREN, J. L.  
*Moralidades de hoy y mañana*. Madrid, Taurus, 1973.
558. LOPEZ ARANGUREN, J. L.  
*Teoría y sociedad*. Barcelona, Ariel, 1970.
559. LOPEZ ARANGUREN, J. L.  
*Radio y televisión, difusores de la cultura viva*. «Mensaje y Medios», enero 1979.
560. LOPEZ CALERA, Nicolás, y otros  
*Sobre el uso alternativo del derecho*. Valencia, Fernando Torres, 1978.
561. LOPEZ GUERRA, Luis  
*Las campañas electorales. Propaganda y política en la sociedad de masas*. Madrid, Fundación Juan March, Ariel, 1977.
562. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*Estética de la creatividad. Juego, arte, literatura*. Madrid, Cátedra, 1977.
563. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*Conocer y sentir*. «Revista de Filosofía», núms. 101-102, 1967.
564. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*Metodología antropológica. Hacia un estilo integral de pensar*. Palma de Mallorca, Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras, 1975.
565. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*Ferdinand Ebner y el nuevo realismo personalista*. «Atlántida», número 7.
566. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre*. Madrid, Narcea, S. A., 1979.

567. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*La razón vital y la metafísica*. Madrid, Editora Nacional, 1971.
568. LOPEZ QUINTAS, Alfonso  
*Estética. Hacia un estilo integral de pensar*. Palma de Mallorca, Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras, 1975.
569. LORENZ, Konrad  
*Sobre la agresión: el pretendido mal*. Trad. Félix Blanco. Madrid, Siglo Veintiuno, 1975.
570. LOSTRES  
*Primer Congreso democrático del cine español*. «Mensaje y Medios», Madrid, 1979.
571. LOTMAN, Yuri M.  
*Estética y Semiótica del cine*. Barcelona, Colección Punto y Línea, Gustavo Gili, S. A., 1979.
572. LOZANO, Jorge, y PEÑA, Cristina  
*Cristina. Umberto Eco, persuadir, pero ¿cómo?* «Revista Triunfo», núm. 760, 1977.
573. LUCAS MARIN, Antonio  
*Hacia una teoría de las comunicaciones de masas. Análisis sociológico y evaluación de los estudios sobre comunicaciones de masas*. Madrid, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Educación y Ciencia, 1976.
574. LUDMANN, René  
*Cine, fe y moral*. Madrid, Rialp, S. A., 1962.
575. LUENGO, Avelino  
*Principios generales de la comunicación visual. La visión y sus ámbitos: cósmico, cerebral, cinematográfico*. «Revista Española de la Opinión Pública», núm. 43, 1976.
576. LUKES, Steven  
*El individualismo*. Barcelona, Península, 1975.
577. LUNDERS, Leo  
*Los problemas del cine y la juventud*. Madrid, Rialp, S. A., 1959.
578. LLOVET, Jordi  
*Ideología y metodología del diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, Sociedad Anónima, 1979.

579. LLOYD, Herbert  
*The legal limits of journalism*. Great Britain, Pergamon Press, 1968.
580. MACDOUGALL, Curtis D.  
*Interpretative reporting*. New York, The Macmillan Company, 1945.
581. MACY, John  
*Hacia una filosofía de la programación T. V.* «Cuadernos de Documentación», núm. 12.
582. MADSEN, Paul  
*The impact of film. How ideas are communicated through cinema and television*. New York, Macmillan Publishing Co. Inc., 1973.
583. MAINZ, Kurt  
*Reagibilität und Einstellungen von Kindern auf Impulse des Werbefernsehens*. «Marktforscher», enero 1976.
584. MALETZKE, Gerhard  
*Sicología de la comunicación social*. Quito, Epoca, 4.ª ed., 1976.
585. MALETZKE, G.  
*Grundbegriffe der Massenkommunikation*. München Unter Besonderer Berücksichtigung der Fernsehens Finu, 1964.
586. MANEGAT, Julio  
*La función crítica de la prensa*. Primera lección curso académico 1968-69, Barcelona.
587. MANHEIM, Jarol B.  
*Con democracy survive television?* «Journal of Communication», núm. 2, 1976.
588. MANN, James  
*Consumidorismo*. «European Journal of Marketing», núm. 4, 1978.
589. MARABANI, Jean  
*Marcuse & McLuhan y la nueva revolución mundial*. Valencia, Fernando Torres, 1974.
590. MARAÑÓN, Gregorio  
*Vocación y ética y otros ensayos*. Madrid, Espasa-Calpe, S. A., 1966.
591. MARCUSE, Herbert  
*Ensayos sobre política y cultura*. Barcelona, Ariel, 1972.

592. MARCUSE, Herbert  
*El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada.* Barcelona, Seix Barral, S. A., 1972.
593. MARIAS, Julián  
*La justicia social y otras justicias.* Madrid, Espasa-Calpe, S. A., 1979.
594. MARIAS, Julián  
*Los medios de comunicación social en una perspectiva religiosa. (La Iglesia ante los medios de comunicación social).* Madrid, Ed. Paulinas, 1978.
595. MARIAS, Julián  
*Antropología metafísica.* Madrid, «Revista de Occidente», 1973.
596. MARITAIN, Jacques  
*Filosofía moral.* Madrid, Morata, 1966.
597. MARMORI, Giancarlo  
*Iconografía femenina y publicidad.* Barcelona, Gustavo Gili, Sociedad Anónima, 1977.
598. MARTI, Silvie y Gerard  
*Los discursos de la calle. Semiología de una campaña electoral.* Barcelona, Ruedo Ibérico, 1978.
599. MARTIN, Thomas, y otros  
*Balance an aspect of the right to communicate.* «Journal of Communication», núm. 2, spring 1977.
600. MARTIN BARBERO, Jesús  
*Comunicación masiva: discurso y poder.*
601. MARTIN SERRANO, Manuel  
*La mediación social.* Madrid, Akal, 1977.
602. MARTIN VIVALDI, Gonzalo  
*Géneros periodísticos. Reportajes, crónica, artículo (Análisis diferencial).* Madrid, Paraninfo, 1973.
603. MARTINEZ, Enrique M.  
*Cine, juego y sociedad.* Madrid, Rialp, S. A., 1961.
604. MARTINEZ ALBERTOS, José Luis  
*Redacción periodística (Los estilos y los géneros en la prensa escrita).* Barcelona, Libros de Comunicación Social, A. T. E., 1977.

605. MARTINEZ ALBERTOS, José Luis  
*Formación del periodista*. «Boletín Informativo Juan March», núm. 48, 1976.
606. MARTINEZ ALBERTOS, José Luis  
*El mensaje informativo. Periodismo en radio, televisión y cine*. Barcelona, Libros de Comunicación Social, A. T. E., 1977.
607. MARTINEZ ALBERTOS, J. L.  
*La información en una sociedad industrial. Función social de los mass media en un universo democrático*. Madrid, Tecnos, 1972.
608. MARTINEZ DE CAMPOS, Carlos  
*La conciencia y el reportaje bélico. Lección inaugural en la apertura del curso 1968-69*. Madrid, Escuela de Periodismo de la Iglesia, 1968.
609. MAST, Gerald  
*The comic mind. Comedy and the movies*. Chicago, The University of Chicago Press, 1973.
610. MARX, Karl  
*Teoría económica*. Barcelona, Península, 1968.
611. MARXISMO...  
*..... y Democracia. Enciclopedia de conceptos básicos*. Madrid, Rioduero, 1975.
612. MATHIEU, Vittorio  
*Phenomenologie de L'esprit revolutionnaire*. París, Calmann-Levy, 1974.
613. MATSON, Floyd, W., y MONTAGU, Ashley  
*The human dialogue*. New York, The Free Press, 1967.
614. MATTELART, Armand, y SIEGELAUB, Seth  
*Communication and class struggle*. New York, International General, 1979.
615. MATTELART, Armand, y SIEGELAUB, Seth  
*La comunicación masiva en el proceso de liberación*. México, Siglo Veintiuno, 1977.
616. MAYOR SANCHEZ, Juan  
*Psicología de la comunicación*. Madrid, Departamento de Psicología General, Universidad Complutense (Campus de Somosaguas), 1977.

617. McCONNELL, Frank  
*Storytelling and mythmaking. Images from film and literature.* Oxford, Oxford University Press, 1979.
618. McCORNICK, R.  
*El principio del doble efecto.* «Concilium», núm. 120, diciembre, 1976.
619. McCOY, Ralph E.  
*Freedom of the press.* London, Feffer & Simons, Inc., 1968.
620. McCROSKEY, James C., y JENSON, Thomas A.  
*Imagen de los medios de comunicación de masas como fuentes de noticias.* «Cuadernos de Documentación», núm. 18, 1975.
621. McDANIEL, Drew  
*Intelsat y programa de las naciones comunistas para la comunicación vía satélite.* «Cuadernos de Documentación», núm. 18, 1975.
622. McDONAGIO E.  
*Tecnología y escala de valores.* «Concilium», núm. 110, 1975.
623. MCGREGOR, Douglas  
*El aspecto humano de las empresas.* México, Diana.
624. McKIE, James W.  
*Social responsibility and the business predicamento.* Washington, D. C., The Brookings Institution, 1974.
625. McLEISH, Robert  
*The technique of radio production.* London, Focal Press, 1978.
626. McLUHAN, Marshall  
*La galaxia Gutenberg.* Trad. Juan Novella. Madrid, Aguilar, 1972.
627. McLUHAN, Marshall  
*La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.* Trad. Ramón Palazón. México, Diana, 1972.
628. McLUHAN, Marshall  
*Mutations 1990.* France, Collection Aujourd'hui, Mame, 1969.
629. McMAHOU, Thomas  
*The manipulated man. Manipulation and consumer goods.* New York, Herder and Herder, 1971.

630. McQUAIL, Denis  
*Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1969.
631. MEIKLEJOHN, Donald  
*Los intereses privados y la libertad*. Trad. Lilia Galtury. New York, Siracuse University Press, 1965.
632. MELGAR, Luis T.  
*Desde lo verosímil televisual*. «Cuadernos de Documentación», núm. 17, 1974.
633. MELICH MAIXE, Antonio  
*La influencia de la imagen en la sociedad de masas*. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1964.
634. MELODY, William  
*Children's television*. New Haven and London, Yale University Press, 1975.
635. MELON MARTINEZ, Enrique  
*La televisión. Dans le famille et la société modernes*. París, Les Editions Sociales Françaises, 1969.
636. MENDEZ, José M.  
*Valores éticos. Estudios de axiología*. Madrid, 1978.
637. MEREGHETTI, Paolo  
*Blasetti, le fascisme et la virilité*. «Positif», núm. 186, octubre 1976.
638. MERRILL, John C.  
*The imperative freedom*. New York, Hasting House, 1974.
639. MERRILL, John C.  
*Ethics and the press. Readings in mass media morality*. New York, Communication Arts Books, Hastings House, 1975.
640. MERRILL, John C. and LOWENSTEIN, Ralph L.  
*Media, messages and men. New perspectives in communication*. New York, David McKay Company, Inc., 1971.
641. MESAROVIC, Mihajlo, y PESTEL, Eduard  
*La humanidad en la encrucijada*. México, Fondo de Cultura Económica, 1975.
642. MESSNER, Johannes  
*Ética social, política y económica. A la luz del derecho natural*. Madrid, Rialp, S. A., 1967.



643. METZ, J. B.  
*Fuerza del evangelio para configurar el futuro*. «Concilium», número 110, 1975.
644. METZ, Christian  
*Le film de fiction et son spectatur. (Etude metapsichologique)*. «Communications», núm. 23, 1975.
645. METZ, Christian  
*Psicoanálisis y cine. El significante imaginario*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
646. MEYER, Thimoty, y ANDERSON, James A.  
*Investigación sobre la violencia en los medios de comunicación*. «Cuadernos de Documentación», núm. 16.
647. MICO BUCHON, J. L.  
*Los medios modernos de expresión. Prensa, cine, radio, t. v*. Madrid, Editorial Ramón y Fe, S. A., 1963.
648. MICHELSON, Chantal  
*En toute connaissance de cause*. «L'Echo de la Presse et de la Publicité», núm. 1.057, 1977.
649. MICHELSON, Chantal  
*Publicidad comparativa*. «L'Echo de la presse et de la Publicité», núm. 1.057, 1977.
650. MIEGE, Bernard, y otros  
*L'appareil d'action culturelle*. París, Edition Universitaires, 1974.
651. MILTON, Areopagítica  
Gran Bretaña, Cambridge, The University Press, 1918.
652. MILLAN PUELLES, Antonio  
*Economía y libertad*. Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorro, 1974.
653. MILLER, Jonathan  
*Una polémica sobre los medios de comunicación masiva*. «El Periodista Demócrata», núm. 3, 1975.
654. MILLER, Jonathan  
*McLuhan*. Barcelona, Grijalba, S. A., 1973.
655. MILLER, George A.  
*Psicología de la comunicación*. Buenos Aires, Paidós.

656. MILLER, Gerald R., and SIMONS, Herbert W.  
*Perspectives on communication in social conflict*. New Jersey, Prentice-Hall, Inc., 1974.
657. MILLER, George A.  
*Lenguaje y comunicación*. Buenos Aires, Amorrortu.
658. MILLER, Gerald R.  
*Speech communication. A behavioral approach*. USA. The Bobbs-Merrill Company Inc., 1966.
659. MILLER, Susan H.  
*The content of news-photos: women's and men's roles*. «Journalism Quarterly», núm. 1, 1975.
660. MINNICK, Wayne C.  
*The art of persuasion*. Boston, Houghton Mifflin Company, 1957.
661. MIRET MAGDALENA E.  
*Sexo y catolicismo*. «Revista Triunfo».
662. MODESTI, Renzo  
*Cómo utilizar la publicidad. Sus problemas y fines en la moderna civilización de consumo*. Trad. Juan L. Seguí. Madrid, Ibérico Europea de Ediciones, S. A., 1970.
663. MOLES, Abraham  
*Teoría de la información y percepción estética*. Júcar, Sínderesis, 1976.
664. MOLES, A.  
*La comunicación y los mass media*. Bilbao, Mensajero, 1975.
665. MOLES, A.  
*Teoría de los objetos*. Barcelona, Colección «Comunicación Social», Gustavo Gili, S. A., 1975.
666. MOLINERO, César  
*La intervención del Estado en la prensa*. Barcelona, Dopesa, 1971.
667. MONTES, Santiago  
*Televisión y lenguaje*. «Cuadernos de Documentación», núm. 21.
668. MORAGAS SPLA, Miguel  
*Semiótica de la publicidad televisiva*. «Mensaje y Medios», abril 1979.

669. MORAGAS SPLA, Miguel  
*Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona, Península, 1976.
670. MORENTE, G.  
*Ontología de la vida*. Madrid «Revista de Occidente», 1975.
671. MORRIS, Clarence  
*The justification of the law*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1972.
672. MORRIS, Norman S.  
*Television's child*. Boston, Little, Brown and Company, 1971.
673. MOSTAZA, Bartalomé  
*El periodismo, carrera de nivel docente superior. Conferencia en la sesión inaugural del curso académico*. Madrid, Escuela de Periodismo, 1966.
674. MOUNIN, Georges  
*Introducción a la semiología*. Barcelona, Anagrama, 1972.
675. MOUSSEAU, Jacques  
*Les enfants et la television: nouvelles conclusions*. «Communication et langages», núm. 30, 1976.
676. MOUSSEAU, Jacques  
*El fenómeno playboy*. Barcelona, Redondo Editor, 1971.
677. MUCCHIELLI, Roger  
*Psicología de la publicidad y de la propaganda*. Bilbao, Mensajero, 1977.
678. MUGUERZA, Javier  
*La razón sin esperanza. (Siete trabajos y un problema de ética.)* Madrid, Taurus, 1977.
679. MUÑOZ, Berta  
*La singularidad: dinamismo de creación personal*. Madrid, Narcea, S. A.
680. MUÑOZ, Carlos  
*Televisión, violencia y agresión*. Caracas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, División de Publicaciones, 1974.
681. MUÑOZ ALONSO, A., y otros  
*Las responsabilidades de la publicidad*. Madrid, Instituto Nacional de Publicidad, 1973.

682. MURA, Antonio  
*La pubblicità. Discorso pedagogico.* Roma, Bulzoni, 1975.
683. NACHER, Enrique  
*Proceso a la publicidad.* Barcelona, Plaza & Janés, 1977.
684. NAVARRO, Joaquín  
*La manipulación publicitaria.* Barcelona, Dopesa, 1971.
685. NEUSSUS, Arnhelm  
*Utopía.* Barcelona, Barral, 1971.
686. NICOLAS, Gpillermo A.  
*El hombre, un ser en vías de realización.* Madrid, Gredos, 1974.
687. NICOSIA, Francesco M.  
*Advertising management, and society. A business point of view.* New York, McGraw-Hill Book Company, 1974.
688. NIETO TAMARGO, Alfonso  
*La empresa periodística en España.* Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A., 1973.
689. NIETZSCHE, Friedrich  
*La genealogía de la moral.* Introducción, traducción y notas de Andrés Sánchez Pascual. Madrid, Alianza, 1975.
690. NIETZSCHE, Friedrich  
*Más allá del bien y del mal.* Introducción, traducción y notas de Andrés Sánchez Pascual. Madrid, Alianza, 1975.
691. NILSEN, Thomas R.  
*Ethics of speech communication.* New York, Russel R. Windes, 2.ª ed., 1975.
692. NOHL, Hermann  
*Introducción a la ética.* México D. F., Fondo de Cultura Económica, 1975.
693. NORA, Simón, y MINC, Alain  
*L'informatisation de la société.* Francia, La Documentation Française.
694. NORDENSTRENG, Kaarle  
*Mass media and developing nations. A global perspective of the present state of mass communications and its research.* Internationale wissenschaftliche Konferenz, diciembre 1975.

695. NOWELL, P. H.  
*Ética*. Estella (Navarra), Verbo Divino, 1977.
- NUEVO  
*... catecismo para adultos. Versión íntegra del catecismo holandés*. Barcelona, Herder, 1969.
697. NUÑEZ LADEVEZE, Luis  
*El lenguaje de los media. Introducción a una teoría de la actividad periodística*. Madrid, Pirámide, S. A.
698. O'KEEFE, Timothy, y KISSEL, C. B.  
*Visual impact: an added dimension in the study of news diffusion*. «Journalism Quarterly», núm. 2, 1971.
699. OLDENQUIST, Andrew, y otros  
*Marxismo y Democracia. (Enciclopedia de Conceptos Básicos.)* Madrid, Rioduero, 1975.
700. OLIVEIRA LIMA, Lauro de  
*Mutaciones en educación*. Buenos Aires, Mumanites, 1976.
701. OLMO, Julián  
*Hacia una ética de la comunicación*. Caracas, Centro de Comunicación Social «Jesús María Pellin».
702. OLSON, Jerry C., y DOYER, Philips  
*Efectos cognitivos de la publicidad «engañosa»*. «Journal of Marketing», 1978.
703. OPPENHEIM, Félix E.  
*Ética y filosofía política*. México, FCE, 1976.
704. ORIVE RIVA, Pedro  
*Diagnóstico sobre la información*. Madrid, Tecnos, 1980.
705. ORTEGA Y GASSET, José  
*La rebelión de las masas*. Madrid, Espasa-Calpe, 1964.
706. ORTIZ OSES, Andrés  
*La hermenéutica como problema filosófico-lingüístico*. Madrid, «Revista de Filosofía», núms. 104-107, 1968.
707. ORTIZ OSES, Andrés  
*Comunicación y experiencia interhumana. (Una hermenéutica indisciplinada para las ciencias humanas.)* Bilbao, Descleé de Brouwer, 1977.

708. OTERO LASTRES, J. M.  
*La protección de los consumidores contra la publicidad ilícita.*  
«Publitech», 1975.
709. OTTO LUTHE, Heinz  
*The manipulated man ¿what is manipulation?* New York, Her-  
der and Herder, 1971.
710. PACKARD, Vance  
*Las formas ocultas de la propaganda.* Trad. Martha Mercader de  
Sánchez-Albornoz. Buenos Aires, Sudamericana, 1974.
711. PALACIOS, Juan Miguel  
*El idealismo trascendental: teoría de la verdad.* Madrid, Gredos,  
1979.
712. PANCORBO, Luis  
*Nos estamos acostumbrando al terrorismo. Entrevista con Um-  
berto Eco.* «Cuadernos para el Diálogo».
713. PANIKKAR, R.  
*La confianza. Análisis de un sentimiento.* «Revista de Filoso-  
fía», núms. 84-85, enero-junio 1963.
714. PANIZO, Alfredo  
*Arte y moral.* «Revista de Filosofía», núms. 69-70, 1959.
715. PANOFSKY, Erwin  
*El significado en las artes visuales.* Versión castellana Nicanor  
Ancochea. Madrid, Alianza, 1979.
716. PARODI DELFINO, Luis  
*Ética profesional del periodista.* Ponce, Puerto Rico, Universidad  
Católica de Puerto Rico, 1967.
717. PASCUAL, Javier M.  
*Los medios de comunicación social en la doctrina de la Iglesia.*  
Madrid, 1976.
718. PASCUALI, Antonio  
*Antología de textos para la cátedra de información audiovisual.*  
Caracas, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Pe-  
riodismo, 1960.
719. PATTARO, Enrico di  
*L'analisi del linguaggio politico.* «Il Mulino», núm. 221, maggio-  
giugno, 1972.

720. PEARSON, John, y TURNER, Graham  
*La industria de la persuasión. La publicidad y las relaciones públicas en acción.* Barcelona, Oikostau, S. A., 1968.
721. PEINADO NAVARRO, Antonio  
*Tratado de moral profesional.* Madrid, Biblioteca de Autores Cristianos, La Editorial Católica, S. A., 1968.
722. PEITOLA, Pekka, y otros  
*Informational mass communication.* Helsinki, Tammi Publishers, 1974.
723. PELT, Jean Marie  
*Pour une nouvelle éthique.* «Cahiers Européens», núm. 1.178, januars, 1970.
724. PEMBER, Don R.  
*Privacy and the press. The law, the mass media and first amendment.* USA, University of Washington Press, 1972.
725. PENINOU, G.  
*Psicología y semiología.* «Publitechia», núm. 47, 1978.
726. PENINOU, G.  
*Semiótica de la publicidad.* Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1976.
727. PEREZ DEL CORRAL, J.  
*El marxismo cálido: Ernst Bloch.* Madrid, Colección «Herramientas», Editorial, 1977.
728. PEREZ MADRID, José E.  
*Una semana con la BBC en la Universidad de Navarra.* «Mensaje y Medios», marzo 1979.
729. PERIER DAVILLE, Denis  
*La liberté de la presse n'est pas a vendre.* París, Editions Du Seuil.
730. PERIODISMO  
*... educativo y científico.* Quito (Ecuador), Cimpec-OEA, Epoca, 1976.
731. PERUZZI, Giuseppe  
*Filosofi di ieri per alcuni registti d'oggi.* «Cinema Nuovo», número 232, 1976.
732. PESTALOZZI, Hans A.  
*El consumidor crítico dice no.* «Marketing Journal», núm. 5, 1977.

733. PETRUSENKO, Vitaly  
*The monopoly press or how american journalism found itself in the vicious circle of the «Crisis of credibility»*. The International Organization of Journalists, 1976.
734. PETRYSZAK, Nicholas  
*The Frankfurt school's theory of manipulation*. «Journal of Communication», núm. 3, 1977.
735. PFEIFFER, Karl Heinz  
*Der manipulierte Zuschauer: wie uns das Fernsehen beeinflusst*. Germany, Herderbucherei, 1975.
736. PHILPORT, Joseph, y BALON, R. E.  
*Imagen del candidato en un debate retransmitido*. «Cuadernos de Documentación», núm. 22.
737. PIGNOTTI, Lamberto  
*Nuevos signos*. Valencia, Fernando Torres, 1974.
738. PIGNOTTI, Lamberto  
*La supernada. Ideología y lenguaje de la publicidad*. Valencia, Fernando Torres, 1976.
739. PICHASKE, David  
*A generation in motion. Popular music and culture in the sixties*. New York, Schirmer Books, a division of MacMillan Publishing Co., Inc.
740. PINILLOS, J. L.  
*Desarrollo histórico de las doctrinas de Freud. La tentación contra la esperanza*. Madrid, Centro de Estudios del Valle de los Caídos, 1977.
741. PINILLOS, J. L.  
*Psicopatología de la vida urbana*. Madrid, Espasa-Calpe, 1977.
742. PISAREK, Walery  
*The development of communication*. «El Periodista Demócrata», núm. 4, 1975.
743. PIVASSET, Jean  
*Essai sur la signification politique du cinema*. París, Clercs, 1971.
744. PLATON, Fedro  
Trad. Luis Gil Fernández. Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1970.



745. POCHON, Bernard  
*La publicité mensongere.* «Revue Française du Marketing», número 71, 1977.
746. POPPER, Karl  
*La sociedad abierta y sus enemigos.* Trad. Eduardo Loedel, Buenos Aires, Paidós, 1957.
747. POUJOL, Genevieve  
*Le métier d'animateur. Entre la tâche professionnelle et l'action militante: L'animation et les animateurs d'aujourd'hui.* Toulouse, Privat, 1978.
748. POZO, Mariano  
*El cine y su crítica.* Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A., 1971.
749. PRAKKE, H., y otros  
*Comunicación social. (Introducción a la publicística funcional.)* Madrid, Akal, 1977.
750. PRENSA  
*... radio y televisión: el pasado, el presente y el futuro.* «El Periodista Demócrata», núm. 1, 1976.
751. PRESAS, Roberto  
*Qué es la publicidad.* Madrid, Columba, 1967.
752. PRICE, M. E.  
*Las ilusiones de la televisión por cable.* «Cuadernos de Documentación», núm. 18, 1975.
753. PUBLILEX  
*Relación de expedientes incoados por la Subdirección General de Publicidad y Relaciones Públicas.* Colección sistematizada de juris.
754. PUIG, Arnau  
*Sociología de las formas.* Barcelona, Colección «Comunicación Visual», Gustavo Gili, S. A., 1979.
755. QUINTANILLA, Miguel A.  
*Diccionario de filosofía contemporánea.* Salamanca, Ediciones Sígueme, 1976.
756. QUINTON, Anthony  
*Filosofía política.* México, Fondo de Cultura Económica, 1974.

757. RADBRUCH, Gustav  
*Introducción a la filosofía del derecho*. México, Fondo de Cultura Económica, 1974.
758. RADER, Melvin  
*Ética y democracia*. Estella (Navarra), Verbo Divino, 1975.
759. RAMIREZ, Pedro J.  
*Libertad y televisión en USA*. «Nuestro Tiempo», núm. 240, 1974.
760. RAMOS, S.  
*Cuatro mayoristas de la información en el mundo*. «Diario Ya», 13 diciembre 1978.
761. RAMSEY, Paul  
*El hombre fabricado*. Madrid, Guadarrama, 1973.
762. RAND, Ayn  
*The new left: the anti-industrial revolution*. USA, Signet Book, New American Library, 2.ª ed., 1975.
763. RAPISARDA, Giusi  
*La fábrica del actor excéntrico (FEK)*. Barcelona, Colección «Comunicación Visual», Gustavo Gili, S. A., 1978.
764. RAPPORTS...  
*Rapport sur les problèmes posés par les sociétés de rédacteurs*. París, La Documentation Française, 1970.
765. RASTIER, Francois  
*Essais de sémiotique discursive*. France, Mame, 1973.
766. RATO, M. Antolín  
*Los medios de comunicación de masas. ¿Poco efectivos?* «Diario El País», 21 junio 1978.
767. RAYA, Gabriel  
*La historia de la mala conciencia*. «Campaña», núm. 1906.
768. REBOUL, Olivier  
*El poder del slogan*. Trad. Antonio Carrasco. Valencia, Fernando Torres, 1978.
769. REVEL, J. F.  
*La tentación totalitaria*. Argentina, Emecé, 1976.
770. REVILLA, Federico  
*Hacerlo bien y hacerlo saber. Las relaciones públicas de la empresa y su formación de «imagen»*. Barcelona, Oikostau, S. A., 1970.

771. REYES ORTIZ, Igor, y otros  
«1984» y «Un mundo feliz». «Mensaje y Medios», 1979.
772. RICCI, Pío E., y CORTESI, S.  
*Comportamiento no verbal y comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
773. RICHAUDEAU, Francois  
*Los secretos de la comunicación eficaz*. Bilbao, Mensajero, 1976.
774. RICHAUDEAU, F.  
*Faut il bruler les formules de lisibilité?* «Communication et langues», núm. 30, 1976.
775. RIOJA, Mariano  
*Las responsabilidades del medio de publicidad*. «Publicidad», núm. 28, julio-agosto, 1973.
776. RIVADENEIRA, Raul  
*Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México, Trillas, 1977.
777. RIVERS, William, y SCHARAMM, Wilbur  
*Responsability in mass communication*. New York, Harper and Row, 1969.
778. RIVERS, William, y otros  
*Press councils in America*. New York, Harper & Row, 1969.
779. RIVERS, W., y otros  
*The opinion makers*. Boston, Beacon Press, 3.ª ed., 1972.
780. RIVERS, W., y otros  
*The mass media and modern society*. San Francisco (USA), Rinehart Press, 1971.
781. ROBINSON, W. R.  
*Man and the movies*. USA, Louisiana State, University Press, 1967.
782. ROCHER, Guy  
*Introducción a la sociología general*. Trad. José Pombo. Barcelona, Herder, 4.ª ed., 1977.
783. ROGGUINSKI, I., y otros  
*La concepción marxista del hombre*. Madrid, Akal, 1978.

784. ROGUINSKI, I., y otros  
*El hombre nuevo*. Trad. Hugo Acevedo. Barcelona, Martínez Roca, S. A., 2.ª ed., 1969.
785. ROHDE, Konstanze  
*«Karriere» Trota Dr. Phil? Journalistenausbildung Zwischen Begabungsideologic und Bildungsideal*. «Publizistik», núms. 1-2, 1975.
786. RODRIGUEZ DELGADO, José M.  
*Control físico de la mente. Hacia una sociedad psicocivilizada*. Madrid, Espasa-Calpe, S. A., 1973.
787. RODRIGUEZ MENDEZ, José M.<sup>a</sup>  
*Los teleadictos. (La sociedad televisual.)* Barcelona, Estela, 1971.
788. RODRIGUEZ ZUÑIGA, Luis  
*Raymon Aron y la sociedad industrial*. Madrid, Instituto de la Opinión Pública, 1973.
789. ROSENBERG, Bernard, y MANNING WHITE, David  
*Mass culture revisited*. USA, Van Nostrand Reinhold Company, 1971.
790. ROSHCO, Bernard.  
*Newsmaking*. Chicago, The University off Chicago Press, 1975.
791. ROSENTHAL, Raymond  
*McLuhan: pro and contra*. Caracas, Monte Avila, 1969.
792. ROSS, David.  
*Fundamentos de ética*. Buenos Aires, Eudeba, 1972.
793. ROSSELLINI, Roberto  
*Un espíritu libre no puede aprender como esclavo. Escritos sobre cine y educación*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1979.
794. ROURKE, Francis E.  
*Secrecy and publicity: dilemmas of democracy*. Baltimore (USA). The Johns Hopinks Press, 1966.
795. ROUS, Gerald L., y LEE, Dorothy E.  
*Freedom and equality: two values of political orientation*. «Journal of Communication», 1978.
796. RUBERT DE VENTOS, Xavier  
*Moral y nueva cultura*. Madrid, Alianza, 1971.

797. RUDNER, Richard S.  
*Filosofía de la ciencia social*. Madrid, Alianza Universidad, 1973.
798. RUIZ ELDREDGE, Alberto  
*El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México Distrito Federal, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Nueva Imagen, 1979.
799. RUSSELL, Bertrand  
*Principios de reconstrucción social*. Madrid, España-Calpe, S. A., 1975.
800. RYAN, A.  
*Metodología de las ciencias sociales*. Introducción E. Martín López. Madrid, Euramérica, 1970.
801. SACKMAN, H., y NIE, Norman  
*The information utility and social choice*. New Jersey, Afips Press, 1970.
802. SAHAKIAN, W. S.  
*Ethics: an introduction to theories and problems*. New York, Harper & Row, 1974.
803. SALA, G.  
*La evolución de las percepciones morales. La estructura de la intencionalidad humana y el valor*. «Concilium», núm. 120, 1976.
804. SALICE BERTI, Milvia  
*La pubblicità e la crisi del primo dopoguerra (1920-1935)*. «Sipra» núm. 3, maggio-giugno 1974.
805. SAMTAG, Nicholas  
*Persuasion for profit*. USA, University of Oklahoma Press, 2.<sup>a</sup> ed., 1958.
806. SANCHEZ-BRAVO, Antonio  
*Objetividad en el discurso informativo*. Madrid, Pirámide, 1978.
807. SANCHEZ-BRAVO, Antonio  
*Periodistas: mensajeros, escribas, retóricos*. Madrid, Pirámide.
808. SANCHEZ GUZMAN, J. R.  
*Breve historia de la publicidad*. Madrid, Pirámide, S. A., 1976.
809. SANCHEZ GUZMAN, J. R.  
*Introducción a la teoría de la publicidad*. Madrid, Tecnos.

810. SANCHEZ GUZMAN, J. R.  
*Defensa de la publicidad.* «Publitema», núms. 49-50, 1979.
811. SANCHEZ VAZQUEZ, Adolfo  
*Ética.* Barcelona, Crítica (Grupo Editorial Grijalbo), 1978.
812. SANDAGE, C. H., and FRYBURGER  
*Advertising and practise.* Illinois (USA), Richard D. Irwin Inc., 9.ª ed., 1975.
813. SANDIFER, Duward, y SCHEMAN, Ronald L.  
*Fundamentos de la libertad. Relaciones entre la democracia y los derechos humanos.* México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, 1967.
814. SANDMAN, Peter M., y otros  
*An introductory analysis of american mass communications.*
815. SANTOS CAMACHO, M.  
*Ética y filosofía analítica.* Pamplona, Eunsa.
816. SAVATER, Fernando  
*La muerte y la victoria.* «Revista Triunfo», núm. 759, 1977.
817. SAVATER, Fernando  
*Panfleto contra el todo.* Barcelona. Dopesa, 1978.
818. SCIACCA, Michel Federico  
*Conquista y finalidad del hombre.* Madrid, «Revista de Filosofía», núm. 23, 1947.
819. SCOTT, Marvin B., y LYMAN, Stanford M.  
*La rebelión de los estudiantes.* Buenos Aires, Paidós, 1974.
820. SCHAEFFER, Pierre  
*Patología de los sistemas de comunicación.* «Mensaje y Medios», enero 1978.
821. SCHAEFFER, Pierre  
*Machines a communiquer. Genése des simulacres.* París, Editions Du Seuil, 1970.
822. SCHATZ, Oskar  
*Die elektronische Revolution.* Austria, Verlag Styria, 1975.
823. SCHILLER, Herbert  
*Comunicación de masas e imperialismo yanqui.* Trad. Caroline Philipps. Barcelona, Gutavo Gili.

824. SCHILLER, Herbert  
*Los manipuladores de cerebros*. Trad. Eduardo Goligorsky. Argentina, Granica, 1974.
825. SCHLUEP, Walter R.  
*Publicidad dirigida al inconsciente, ¿atentado a la libre competencia?* «Información de Publicidad y Marketing», 1973.
826. SCHNEIDER, Peter  
*Pressefreiheit und Staatssicherheit*. Germany, Hase & Koehler Verlag Mainz, 1968.
827. SCHNITZER, Luda, y otros  
*Cine y revolución. (El cine soviético por los que lo hicieron.)* La Flor.
828. SCHOLLER, Heinrich  
*Person und Öffentlichkeit. Zum Spannungsverhältnis von Pressefreiheit und Persönlichkeitsschutz*. München, C. H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung.
829. SCHORDERET, Louis  
*La entrevista. Su técnica*. Madrid, Oriens, 1975.
830. SCHRAMM, Wilbur, and LERNER, Daniel  
*Communication and change. The last ten years and the next*. Honolulu. An East-West Center Book Published by the University Press of Hawaii, 1975.
831. SCHRAMM, W., y ROBERTS, D. F.  
*The process and effects of mass communication*. USA, University of Illinois Press, 1972.
832. SCHULE, Adolf, y HUBER, Hans  
*Persönlichkeitsschutz und Pressefreiheit*. Tübingen, J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), 1961.
833. SCHULLER, B.  
*Modos de fundamentar las normas morales*. «Concilium», número 120, 1976.
834. SCHUMPETER, Joseph  
*Imperialismo clases sociales*. Madrid, Tecnos, S. A., 1965.
835. SCHAWARTZ, Barry  
*Human connection and the new media*. New Jersey, Prentice-Hall Inc., 1973.

836. SCHWOEBEL, Jean  
*La prensa, el poder y el dinero*. Barcelona, Dopesa, 1971.
837. SEAALE, John R.  
*Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje*. Madrid, Cátedra, S. A., 1980.
838. SECRETARIADO  
*... Nacional de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación. La Iglesia ante los medios de comunicación social*. Ponencias de la XXIX Asamblea Episcopal Española. Madrid, Ediciones Paulinas, 1978.
839. SEIDEN, Martín H.  
*Who controls the mass media? Popular myths and economic realities*. New York, Basic Books, Inc. Publishers, 1974.
840. SEMIONOVICH, Liev  
*Psicología del arte*. Barcelona, Barral, 1972.
841. SEMPERE, Pedro  
*La galaxia McLuhan*. Valencia, Fernando Torres, 1975.
842. SERVAN-SCHREIBER, J. L.  
*El poder de la información*. Barcelona, Dopesa, 1973.
843. SHERMAN, Charles E., and RUBY, John  
*Bolsa de noticias de Eurovisión*. «Cuadernos de Documentación», núm. 18, 1975.
844. SHISHKIN, A. F.  
*Ética marxista*. Trad. Andrés Fierro y Adolfo Sánchez Vázquez. México D. F., Grijalbo, 1966.
845. SHKLAR, Judith N.  
*Legalismo*. Argentina, Omeba, 1968.
846. SHISTECK, Herschel  
*The Structural dimensions of television editorial effectiveness*. «Journalism Quarterly», núm. 1, spring 1975.
847. SIEBERT, Fred S., y PETERSON, Theodore  
*Tres teorías sobre la prensa. En el mundo capitalista*. Argentina, La Flor, 1967.
848. SIGISMONDI, Carlo  
*Marcuse y la sociedad opulenta*. Trad. Juan Moreno. Barcelona, Plaza & Janés, S. A., 1977.



849. SIGNO  
*... ideológico y la filosofía del lenguaje, el.* Buenos Aires, Nueva Visión, 1976.
850. SILK, Leonard, and VOGEL, David  
*Ethics and profits.* New York, Simon and Schuster, 1976.
851. SILVA, Umberto  
*Ideología e arte del fascismo.* Milán, Gabriele Mazzota, 1975.
852. SIMMEL, Georg  
*Filosofía del dinero.* Madrid, 1977.
853. SIMON, David A.  
*The ideologies of american social critics: an empirical test of kagushin's theory.* «Journal of Communication», núm. 3, 1977.
854. SIMONINI, Augusto  
*De política lingüística del fascismo.* «Il Lettore di Provincia», Fascicolo núm. 14, 1973.
855. SIMONS, Howard  
*The media and the law.* New York, Praeger Publishers.
856. SINGER, Benjamín D.  
*Feedback and society. A study of the uses of mass channels for coping.* USA, D. C. Heath and Company, 1973.
857. SKINNER, B. F.  
*Más allá de la libertad y la dignidad.* Barcelona, Fontanella, 2.ª ed., 1973.
858. SKINNER, B. F.  
*Walden dos.* Barcelona, Fontanella, S. A., 1976.
859. SKORNIA, Harry J.  
*Television and society. An inquest and agenda for improvement.* New York, McGraw-Hill Book Company, 1965.
860. SMALL, William  
*To kill a messenger. Television news and the real world.* New York, Hastings House, 1974.
861. SMITH, Alfred G.  
*Comunicación y cultura.* Trad. Marta Gustavino. Buenos Aires, Nueva Visión, 1977.
862. SMITH, Alfred G.  
*Comunicación y cultura. Semántica y pragmática.* Buenos Aires, Nueva Visión, 1977.

863. SMITH, Alfred G.  
*Comunicación y cultura. La teoría de la comunicación humana.* Buenos Aires, Nueva Visión, 1976.
864. SMITH, Don D.  
*The social content of pornography.* «Journal of Communication», núm. 1, 1976.
865. SOLANS, Fernando E., y GETINO, Octavio  
*Cine, cultura y descolonización.* México, Siglo Veintiuno, 2.ª ed., 1978.
866. SOMMERLAD, E.  
*La prensa en los países en desarrollo.* Trad. Agustín Contín. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, 1969.
867. SORIA, Carlos  
*Perspectivas doctrinales del derecho a la información. Persona y Derecho.* «Revista de Fundamentación de las Instituciones Jurídicas» Vol. I, Facultad de Derecho Universidad de Navarra, 1974.
868. SORIA, Carlos  
*Límites jurídicos a la información sobre delincuencia juvenil.* «Revista Española de la Opinión Pública», núms. 40-41, 1975.
869. SPANG, Kurt  
*Fundamentos de retórica.* Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. (EUNSA), 1979.
870. SPOTTISWOODE, Raymond  
*A grammar of the film. An analysis of film techniques.* Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1969.
871. STAMMLER, Dieter  
*Die Presse als soziale und verfassungsrechtliche Institution.* Berlín, Dunker & Humblot, 1971.
872. STANLEY, Robert H., and STEINBERG, Charles S.  
*The media environment Mass communications in american society.* New York, Hastings House, 1976.
873. STARN, Randolph, y otros  
*El concepto de crisis.* Buenos Aires, Megápolis, 1979.
874. STEIN, M. L.  
*Freedom of the press.* New York, Julián Mesaner, 3.ª ed., 1972.
875. STEINBERG, Charles, y otros  
*International communication, media, channels, functions.* New York, Hastings House Publishers Inc., 1970.

876. STEINBERG, Charles G.  
*Mass media and communication. Communication Arts Books.*  
New York, Hastings House, 1972.
877. STEVENSON, C. H. L.  
*Ética y lenguaje.* Buenos Aires, Paidós, 1971.
878. STEVENSON, Leslie  
*Siete teorías de la naturaleza humana.* Trad. Elena Ibáñez. Madrid, Ediciones Cátedra, 1978.
879. STEWART, Daniel D.  
*Psicología de la comunicación. Teoría y análisis.* Buenos Aires, Paidós, 2.ª ed., 1973.
880. STEWART, John  
*Bridges not walls. A book about interpersonal communication.*  
USA, Addison-Wesley PUB. CO., 1973.
881. STILCKEN, Rudolf  
*Selbstkontrolle und Selbstbeschränkung der Werbewirtschaft.*  
«ZV ZV», núm. 10, marzo 1976.
882. STROUSE, James C.  
*The mass media, public opinion, and public policy analysis: linkage explorations.* Columbus, Ohio, Charles E. Merrill Publishing Company, 1975.
883. STRUHL, Karsten J., y ROTHENBERG, Paula  
*Ethics in perspective.* New York, Randon House.
884. SUAREE, Octavio de la  
*Manual de psicología aplicada al periodismo.* La Habana, Cuba, Cultural, S. A., 1954.
885. SUMMERS, Robert E., y SUMMERS, Harrison B.  
*Broadcasting and the public.* Belmont, California, Wadsworth Publishing Co. Inc., 4.ª ed., 1969.
886. SUSO, Javier, y PEREZ, Rafael  
*La eficacia de la publicidad ante las actividades del consumidor.*  
Madrid, Instituto Nacional de Publicidad, 1977.
887. TALLON GARCIA, José  
*Dialéctica informativa de la publicidad.* Madrid, Dossat, S. A., 1978.

888. TALLON GARCIA, José  
*Algunos aspectos de la protección del consumidor ante la publicidad engañosa.* «Publitecnia», núm. 46, 1978.
889. TALLON GARCIA, José  
*Análisis del mensaje publicitario.* «Nuestro Tiempo», núms. 265-266, 1976.
890. TAMAMES, Ramón  
*Ecología y desarrollo. La polémica sobre los límites al crecimiento.* Madrid, Alianza, 1977.
891. TAMMI Publishers,  
*Informational mass communication.* Helsinki, 1974.
892. TARRONI, E., y otros  
*Comunicación de masas: perspectivas y métodos.* Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1978.
893. TAUFIC, Camilo  
*Periodismo y lucha de clases.* Madrid, Akal, 1976.
894. TEBBEL, John  
*The media in America.* New York, Thomas Y. Crowell Company, 1974.
895. TEILHARD DE CHARDI, Pierre  
*Las direcciones del porvenir.* Trad. Francisco Pérez Gutiérrez. Madrid, Taurus, S. A., 1974.
896. TELEVISION  
*... versus prensa. (Curso sobre Ciencias de la Información.)*  
U. I. M. P. Banco de Santander, 1979.
897. TELEVISION  
*... y violencia.* Colección Imagen. TVE-Servicio de Formación, 1966.
898. TERRON, Eloy  
*Ciencia, técnica y humanismo.* Madrid, Espejo, 1973.
899. THORPE, W. H.  
*Ciencia, hombre y moral.* Barcelona, Labor, 3.<sup>a</sup> ed., 1973.
900. THAYER, Lee  
*Communication: ethical and moral issues.* New York, Gordon and Breach Science Publishers Inc., 1973.

901. THAYER, Lee  
*Comunicación y sistemas de comunicación*. Barcelona, Península, 1975.
902. THIBAU, Jacques  
*La televisión le pouvoir et l'argent*. France, Calmann-Levy, 1973.
903. THIERS, Walter  
*Jazz & Rock. Introducción 1940-1977*. Buenos Aires, Marymar.
904. THOMSON, David  
*Movie man*. London, Secker & Warburg, 1967.
905. THOVERON, Gabriel  
*Radio et television dans la vie quotidienne*. Bélgica, Centre d'étude des techniques de diffusion collective, Editions de L'Institut de Sociologie, Université Libre de Bruxelles, 1971.
906. TIBERI, Jean  
*Les jeunes pour la publicité*. «Publi 10», núm. 48, 1975.
907. TIerno GALVAN, Enrique  
*Conocimiento y ciencias sociales*. Madrid, Tecnos, 1973.
908. TIerno GALVAN, Enrique  
*¿Qué es ser agnóstico?* Madrid, Tecnos, 1976.
909. TODOLI, José y otros  
*Ética y publicidad*. Madrid, Instituto Nacional de Publicidad, 1977.
910. TODOLI, J.  
*Filosofía del trabajo*. Madrid, Publicaciones del Instituto Social León XIII, 1954.
911. TODOLI, J.  
*La ciencia Tomista. Valor epistemológico de las ciencias morales*. Salamanca, Publicación Trimestral de los Dominicos Españoles, enero-diciembre, 1950.
912. TODOROV, Dafin  
*Freedom press. Development of the progressive press in western Europe and USA*. Prague, International Organization of Journalists.
913. TOMAS, Carlos M.\*  
*Técnicas de la publicidad persuasiva. Deontología de la persuasión*. Madrid, Instituto Nacional de Publicidad, 1971.

914. TORRANCE, Paul E.  
*La enseñanza creativa*. Madrid, Santillana, S. A., 1976.
915. TORRE CERVIGON, José M.ª.  
*El lenguaje informativo en la televisión*. «Cuadernos de Documentación», núm. 21.
916. TORRES DEL MORAL, Antonio  
*Ética y poder*. Madrid, Azagador, 1974.
917. TOUFAR, Pael  
*Las perspectivas de la humanidad*. «El Periodista Demócrata», núm. 56, 1975.
918. TOYNBEE, Arnold  
*El desafío del futuro*. Madrid, Gadiana, 1973.
919. TRIAS, Eugenio  
*Meditación sobre el poder*. Barcelona, Anagrama, 1977.
920. TRILLING, Lionel  
*La imaginación liberal*. Barcelona, Edhasa, 1971.
921. TRUYOL, Antonio  
*Los derechos humanos*. Madrid, Tecnos, 2.ª ed., 1977.
922. TUDOR, Andrew  
*Theories of film*. London, Secker & Warburg in Association with the British Film Institute, 1974.
923. TUDOR, Andrew  
*Image and influence. Studies in the sociology of film*. London, George Allen & Unwin Ltd., 1974.
924. URABAYEN, Miguel  
*Vida privada e información: un conflicto permanente*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A., 1977.
925. URINA, N. B.  
*Técnica social de las informaciones y propaganda*. Italia, «Notizie e Commenti», mayo 1977.
926. URRUTIA, Jorge  
*La sintaxis intratextual y extratextual de la imagen*. «Mensaje y Medios», marzo 1979.
927. USCATESCU, Jorge  
*¿Existe una cultura europea?* «Revista de Filosofía», núms. 100-103, enero-diciembre, 1967.

928. VALBUENA, Felicísimo  
*La comunicación y sus clases*. Zaragoza, Luis Vives.
929. VALBUENA, Felicísimo  
*Receptores y audiencias en el proceso de la comunicación*. Madrid, Colección Cuadernos de la Comunicación, Pablo del Río editor, 1976.
930. VALLE TORRALBO, José M.<sup>o</sup>.  
*T. V., errores que condicionan votos. Los indecisos deciden*. «Mensaje y Medios», marzo 1979.
931. VAN BOL, J. M.  
*L'information, clé pour un monde responsable*. París, Du Jour, 1974.
923. VAN GERPEN, Maurice  
*Privileged communication and the press*. London, Greenwood Press, 1979.
933. VARIOS autores  
*Técnicas de la publicidad persuasiva*. Instituto Nacional de Publicidad, Madrid, 1971.
934. VASSAL, J. y otros  
*Cine y personalidad*. Madrid, Rialp, S. A., 1963.
935. VAZQUEZ, Jesús M.<sup>o</sup> y otros  
*Violencia y medios de comunicación social*. Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorro, 1972.
936. VAZQUEZ GOMEZ, Gonzalo  
*Técnicas de trabajo en la Universidad*. Pamplona, EUNSA, 1975.
937. VEATCH, Henry B.  
*Ética del ser racional*. Trad. J. M. García de la Mora. Barcelona, Labor, 1972.
938. VEIKKO, Pietila  
*People's conceptions of the mass media*. «Communications», 2 Jahrgang, Verlag Hans Ri/Charz, Sankt Augustin, 1976.
939. VIETH, Richard  
*Talk back T. V.: two way cable television*. USA., Tab Books.
940. VERALDI, Gabriel, y VERALDI, Brigitte  
*Psicología de la creación*. Bilbao, Mensajero.

941. VERDU, Francisco  
*La Iglesia ante los medios de comunicación social. El mundo del fonograma.* Madrid, Ed. Paulinas, 1978.
942. VERNE, E. Edwards Jr.  
*Journalism in a free society.* USA, Ohio Wesleyan University, WMC Publishers, 1972.
943. VICTOROFF, David  
*A propósito de un «esbozo de una psicología de la publicidad».* «Publitecnia», núm. 47, 1978.
944. VIDAL, Marciano  
*Moral de actitudes.* Tomo I, Moral fundamental. Madrid, P. S., 4.ª ed., 1977.
945. VIDAL, Marciano  
*Moral de actitudes.* Tomo II, Ética de la persona. Madrid, P. S., 3.ª ed., 1978.
946. VIDAL, Marciano  
*Moral profesional para A. T. S. (enfermeras...).* Madrid, P. S., 1976.
947. VIDAL BENEYTO, José  
*Alternativas populares o las comunicaciones de masas.* Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas, 1979.
948. VILLEGAS, M.ª Teresa  
*Las antiestratégicas ante la limitación de la publicidad.* «Publitema», núms. 49-50, 1979.
949. VIVANCO, José Manuel  
*Moral y pedagogía del cine.* Madrid, FAX, 1952.
950. VON HILDEBRAND, Dietrich  
*Ética cristiana.* Barcelona, Herder, 1962.
951. VON HOFFMAN, Nicholas  
*T. V. commentator: bubbles from Olympus.* «Columbia Journalism Review», núm. 5, 1976.
952. VOYENNE, Bernard  
*Le droit a l'information.* París, Aubier Montaigne, 1970.
953. VOYENNE, Bernard  
*La prensa en la sociedad contemporánea.* Trad. J. L. Martín Martínez. Madrid, Editora Nacional, 1968.



954. VUILLET, Celine  
*La publicité face à l'évolution des courants socioculturels*. «L'Écho de la Presse et de la Publicité», núm. 994.
955. WAELDER, Robert  
*Progress and revolution*. New York, International Universities Press Inc., 1967.
956. WAGNER, Alberto  
*La certeza en Descartes*. Madrid, «Revista de Filosofía», número 36, 1951.
957. WALLACE, Karl  
*The substance of rhetoric: good reasons*. «The Quarterly Journal of Speech», octubre 1963.
958. WANG, James  
*Values of cultural revolution*. «Journal of Communication», número 3, 1977.
959. WARNOCK, Mary  
*Ética contemporánea*. Barcelona, Labor, S. A., 1968.
960. WATSON DUNN, S.  
*Publicidad. Su papel en la mercadotecnia moderna*. Trad. Eduardo Escalona. México, UTEHA, 1967.
961. WATTS, Reginald  
*La nueva publicidad*. Barcelona, Oikos-tau, 1974.
962. WATZLAWICK, Paul  
*¿Es real la realidad?* Barcelona, Herder, 1979.
963. WAYNE PACE, R. y otros  
*Communication*. USA, Addison-Wesley.
964. WEAVER, Richard  
*The ethics of rhetoric*. USA, Gateway, 1953.
965. WEBER, Max  
*La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona, Península, 1975.
966. WEBER, Werner  
*Innere Pressefreiheit als Verfassungsproblem*. Berlín, Duncker & Humblot, 1973.

967. WEILL, Georges  
*El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica.* México, UTEHA.
968. WEIT ORTEGA, José I.  
*Política de programación y política de audiencia.* «Cuadernos de Documentación», núm. 19, 1975.
969. WELLS, Alan  
*Mass communications. A world view.* USA, Mayfield, 1974.
970. WELLS, Alan  
*Mass media and society.* California (USA), Mayfield, 2.<sup>a</sup> ed., 1975.
971. WENDLAND, H. D.  
*Introducción a la ética social.* Trad. Luis García San Miguel. Barcelona, Labor, S. A., 1970.
972. WHALEN, J. R.  
*Your right to know.* New York, Vintage Books, 1973.
973. WHELL-WRIGHT, Philip  
*Metáfora y realidad.* Trad. César Armando Gómez. Madrid, Espasa-Calpe, 1979.
974. WHITNEY, Frederick C.  
*Mass media and mass communications in society.* Iowa (USA), W. M. C. Brown Co. Pub., 1977.
975. WILHELMSSEN, F. D., and BREET, Jane  
*Telepolitics. The politics of neuronomic man.* Montreal, Tundra Books, 1972.
976. WILKIE, Bernard  
*The technique of special effects in television.* London, Focal Press, 1971.
977. WILLIAMS, Patriad, and THORNTON, Jean  
*The vital network.* USA, Greenwood Press.
978. WINCKLER, Lutz.  
*La función social del lenguaje fascista.* Trad. Antonio Pérez Ramos. Barcelona, Ariel.
979. WOLFF, Robert Paul  
*The poverty of liberalism.* Boston, Beacon Press, 1969.

980. WOOD, William A.  
*Periodismo electrónico*. México, D. F., Editorial Letras, S. A., 1969.
981. WRIGHT MILLS, C.  
*La élite del poder*. México, Fondo de Cultura Económica, 1973.
982. WRIGHT, John S., y WARNER, Daniel S.  
*Advertising*. New York, McGraw-Hill, 2.ª ed., 1966.
983. WRIGHT, Charles R.  
*Mass communication. A sociological perspective*. Random House.
984. WRIGHT, Donald K.  
*Professionalism levels of british Columbia's Broadcast journalists: a communicator analysis*. «Gazette», núm. 1, 1976.
985. WRIGHT, John S., y MERTES, John E.  
*Advertising's role in society*. USA, West Publishing Co., 1974.
986. WYSS, Dieter  
*Estructuras de la moral*. Versión española de Elena Bombín. Madrid, Gredos, 1975.
987. XIFRA HERAS, Jorge  
*Información, control y progreso político*. «Nuestro Tiempo», número 156, 1967.
988. XIFRA HERAS, Jorge  
*El control de las fuentes informativas en la sociedad política actual*. Madrid, Seminario Central de Estudios Políticos, 1964.
989. XIFRA HERAS, Jorge  
*La información. Análisis de una libertad frustrada*. Barcelona, Hispano Europea, 1972.
990. YABLONSKI, Lewis  
*Robopaths*. Indianápolis (USA), The Boobs-Marrill Co. Inc., 1972.
991. YOUNG, Kimball  
*Psicología social de la propaganda*. Buenos Aires, Paidós, 1969.
992. YOUNG, K., y otros  
*La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires, Paidós, 1967.
993. YOUNG, K.  
*Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1969.

994. ZACHARIAS, Gerhard  
*Die Einstellung der Bevölkerung zur Werbung: eine kritische dokumentation*. Verlagsgruppe Baver/Band, Munich, 1977.
995. ZACHARIAS, John C., y BENDER, Coleman C.  
*Comunicación oral. Un enfoque racional*. México, Limusa, 1978.
996. ZANOTTO, Piero  
*La pubblicità nella ricostruzione (1945-1960)*. «Sipra», núm. 5, 1974.
997. ZARAGUETA, Juan  
*La penetración en la conciencia ajena*. «Revista de Filosofía», núms. 80-81, enero-marzo 1962.
998. ZURRO, M.<sup>a</sup> del Rosario  
*Método y sistema de Spinoza*. Madrid, Anales del Seminario de Metafísica, 1972.
999. ZASHIN, Elliot M.  
*Civil disobedience and democracy*. New York, Free Press, 1972.
- 1.000. ZIBECCHI, C. A.  
*Comunicación humana y comunicaciones masivas*. Madrid, Colección Nuevo Presente, Plus Ultra.
- 1.001. ZIMMER, Christian  
*Cine y política*. Salamanca, Sígueme, 1976.
- 1.002. ZUBIRI, Xavier  
*El hombre y su cuerpo*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1973.
- 1.003. ZUBIRI, Xavier  
*Inteligencia sintiente*. Madrid, Alianza Editorial, 1980.
- 1.004. ZUBIRI, Xavier  
*El origen del hombre*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1973.
- 1.005. ZUBIRI, Xavier  
*El hombre, realidad personal*. Madrid, «Revista de Occidente», 1963.
- 1.006. ZUNZUNEGUI, Alfonso  
*Responsabilidad social de la publicidad*. «SINTEX», febrero 1977.